Oktober | November | Dezember · 38. Jahrgang · Jahresabo € 25,00

VISUELL aktuell

Informationen für Bildkäufer, Agenturen und Fotoproduzenten 4 | 2011

Bildreportagen
Fotoserien
Videos

Mit dem Bodenseezeppelin unterwegs ...

Liebe Leserinnen und Leser,

Realität und Zukunft – Zeitschriften als PDF Im Medienmagazin „Journalist" 2 / 2011 machte der Medienberater und Spezialist für neue Medien Thomas Knüwer, der 12 Jahre lang als Redakteur beim Handelsblatt tätig war, im Rahmen eines Interviews mit Jan Söfjer interessante Aussagen.

Nach seiner Meinung klammern sich die Verlage an den Glauben, dass im Print-Bereich alles so weiterläuft wie bisher. Viele Online-Redaktionen sind nach der Meinung Knüwers aber heute schon profitabel, nur geben die Verlage dies ungern zu. „Das Internet ist die Vermischung von Sendung und Kommunikation. Und: Es ist die größte Wissensquelle in der Geschichte der Menschheit."

Mitte September erschienen die neuesten Daten über Kiosk-Verkäufe von Zeitschriften in den USA. Danach haben sich die addierten Kioskverkäufe der 68 wichtigsten US-Zeitschriften in den vergangenen 10 Jahren nahezu halbiert. Dies zeigt eine Analyse der Daten des amerikanischen Auflagenkontrolleurs Audit Bureau of Circulations, die auf der Branchenwebseite Media Post News veröffentlicht wurden. Danach sanken die Verkäufe der führenden Wochen- und Monatszeitschriften von etwas über 22 Millionen Exemplaren im ersten Halbjahr 2001 auf knapp 11,6 Millionen im ersten Halbjahr 2011 – ein Minus von 47,5 Prozent. Dabei hat sich der Rückgang vor allem in den vergangenen vier Jahren deutlich beschleunigt. Über den Rückgang der Abo-Bestellungen gibt es keine konkreten Zahlen.

Nach Auffassung von Thomas Knüwer wird 2012 das große Tageszeitungssterben in Deutschland erst richtig losgehen. Nach seiner Meinung zunächst in Form von Fusionen von Titeln, die nichts mehr mit ihrer Historie zu tun haben – und schließlich mit Einstellungen. Der Auflagenverfall von Tageszeitungen in den USA und Deutschland ist absolut auf dem gleichen Niveau. Die Forderungen von Verlegern und Herausgebern unterscheiden sich nicht von den Renditeerwartungen am Aktienmarkt.

Aktuelle Meldungen des Tagesgeschehens erhalten wir heute vorwiegend per Fernsehen und Internet. Die neuesten technischen Entwicklungen via Smartphone, iPad usw. verändern den Markt.

Eine Fachzeitschrift, die nur alle 2 Monate erscheint, hat im Rahmen der Veränderungen langfristig keine Chance, zu überleben.

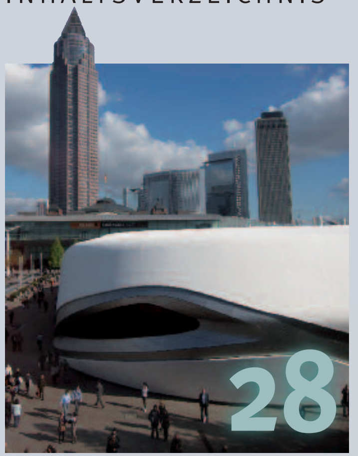
Nach fast 40 Jahren erscheint die Fachzeitschrift VISUELL ab sofort als PDF-Datei und geht den Abonnenten per E-Mail zu. Interviews, Rechtsfragen und Anzeigen etc. werden wie gewohnt in VISUELL aktuell veröffentlicht. Erwartet werden eine größere Verbreitung und eine beachtliche Kosteneinsparung. Letzteres wird dem inhaltlichen Ausbau der Informationen zugute kommen.

Die Bildbranche hat den gravierendsten Einbruch aller Branchen erlebt. Preisverfall und Übernahmegebote sowie technische Neuerungen sind die stärksten Belastungen. Der Verbrauch von Bildrechten jedoch ist trotz dieser negativen Entwicklung für die etablierten Agenturen im Ganzen stark gestiegen.

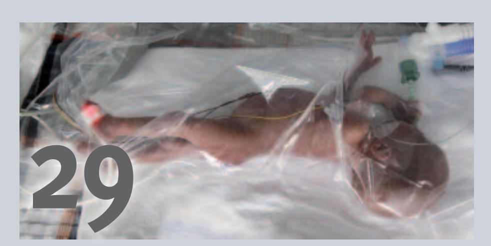
Die Informationsquellen der Zukunft sprudeln anders. Die gegebenen Realitäten sprechen für sich. Der Blick auf ähnliche Entwicklungen anderer Branchen zeigt, dass es trotz schwieriger Wirtschaftsaussichten weitergeht.

Gerd Raymond

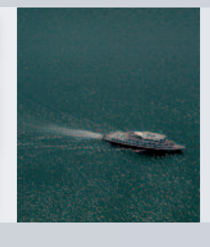
PS: Wer auch in Zukunft eine Printausgabe wünscht, kann diese in einem vereinfachten Druckverfahren erhalten (Zusatzkosten 1,85 € pro Heft).







TITELBILD



Unser Titelfoto von Werner Runge entstand bei einer Zeppelinfahrt (Flug) über dem Bodensee.

Siehe hierzu auch die Bildreportage auf Seite 32–33. Die Bilder wurden der neuen Publikation unter Bildreportagen unter www.piag.de entnommen, die ständig weiter ausgebaut wird.

WEITERE RUBRIKEN



Erscheinungstermin der nächsten VISUELL aktuell-Ausgabe ist der 15. Januar 2012.

Tagesaktuelle Nachrichten lesen Sie in der Zwischenzeit wie gewohnt auf www.piag.de und jeden Freitag in unserem kostenlosen Newsletter.







Neue Teilnehmer bei i-picturemaxx!

agency.BlowUp!

Die „agency.BlowUp!“ ist ab sofort mit ihrem Portfoloio in i-picturemaxx vertreten.
Das Angebot umfasst Society-Events, Fashion Shows/Backstage, Award-Verleihungen, People-Portraits, Reportagen sowie Studio-Produktionen im In- und Ausland.

Bestimage

Die Bildagentur Bestimage, eine Kooperation von Fotografen der ehemaligen Bildagentur Agence Angeli und weiteren Partnern ist jetzt neu in i-picturemaxx.
Die Agentur hat sich auf Prominente und Paparazzi-Bilder spezialisiert.
Themenschwerpunkte sind: Fashion Shows, Partys, Saint-Tropez, Cannes, Monaco, Miami , Italian and UK productions...

Agency Animal Picture

Die Agency Animal Picture, eine auf Tiere und Tiermedizin spezialisierte Agentur, bestehend aus Tierfotografen, Tierärzten und Journalisten, ist neu in i-picturemaxx.
Die Agentur bietet Bildmaterial von Tieren und tiermedizinischen Themen, besitzt exzellentes Wissen zu Tierarten, Rassen, Verhalten, Ernährung und Gesundheit und erstellt redaktionelle Reportagen sowie Fotoproduktionen mit Tieren aller Art.
Die stetig wachsende Tierbilddatenbank bietet professionelles Fotomaterial aus den Bereichen Tiermedizin, Hunde, Katzen, Heimtiere, Zootiere, Parasiten und Sealife.
Agency Animal Picture fertigt auch Bildmaterial zu den Themen Tier und Tiergesundheit mit individuellen Texten und passendem Layout nach individuellen Wünschen an.
Themenschwerpunkte: Tiere, Tiermedizin
www.agency-animal-picture.com

living4media – Wohnen und Leben

living4media ist die neue Bildagentur zum Thema Wohnen und Leben. Hier finden Sie Arbeiten der besten internationalen Interior-Fotografen und Feature-Produzenten unter einem Dach vereint.
Wohnen, Deko, Selbermachen, Garten, Lebensart
Neben einer erstklassigen Kollektion an lizenzpflichtigen und lizenzfreien Einzelbildern erwartet Sie eine Vielzahl faszinierender Features – komplette Bildstrecken inklusive redaktionellem Text. Auch komplette Buchkonzeptionen sind möglich.
www.living4media.de

National Geographic Stock

National Geographic Stock präsentiert die Arbeit von hunderten preisgekrönter Fotografen jetzt auch auf i-picturemaxx. Die Kollektionen umfassen hierbei 120 Jahre Fotografie-Geschichte und verkörpern globale Visionen, Abenteuerlust und Glaubwürdigkeit. Für diese aussagekräftigen Bilder ist die Agentur weltweit anerkannt. Sie zeigen auf beeindruckende Weise die verschiedensten Völker unseres Planeten sowie Artenvielfalten und Landschaften.
National Geographic Stock stellt in i-picturemaxx eine der umfassendsten Sammlungen an Fotografien und Original-Kunstwerken aus aller Welt zur Verfügung. Die Sammlung enthält mehr als 10 Millionen Originale, Folien, Schwarz-Weiß-Drucke, Glasplatten, Karten sowie Original-Kunstwerke.
Themenschwerpunkte: Naturhistorische Bilder, Kultur, Abenteuer, Reisen

dapd übernimmt französische Sipa Press

Die Nachrichtenagentur dapd hat die französische Fotoagentur Sipa Press von der Mediengruppe Sud Communication übernommen. Wie dapd-Mitinhaber Peter Löw erklärte, betrachte man die Übernahme als strategische Investition, um das europäische Netzwerk auszubauen.

Über den Kaufpreis sei Stillschweigen vereinbart worden, teilten die neuen Eigentümer am Montag mit. Sipa Press liefert täglich 6000 Bilder in mehr als 40 Länder und besitzt außerdem historische Archive.

AURA mit Quadro- und Oktokopter

Luftaufnahmen werden von der schweizerischen Agentur AURA mit einem Quadrokopter und einem Oktokopter realisiert. Derzeit ist die ferngesteuerte Mikrodrohne Falcon8 das innovativste Fluggerät für Luftaufnahmen.

Gegenüber den Luftaufnahmen mit Helikoptern zahlt sich die hohe Flexibilität der Mikrodrohne aus, Lärmbelästigungen werden vermieden, die Unfallgefahr durch Hubschrauberrotoren entfällt und es sind keine umständlichen Fluggenehmigungsverfahren erforderlich.

Diese Art der Luftbildfotografie eignet sich besonders für Baudokumentationen, Immobilien oder Großanlässe.

www.aura.ch

Corbis übernimmt Splash

Corbis Images, einer der führenden Anbieter visueller Medien für die Kreativbranche, gab die Übernahme von Splash News bekannt. Über die Höhe der Übernahmesumme wurde nichts bekannt.

Splash, mit Sitz in Los Angeles, bietet den weltweit führenden Druckmedien, Online- und TV-Medien hochwertiges Bild- und Videomaterial von berühmten Personen. Die Agentur wurde 1990 gegründet und ist mittlerweile als einer der größten Anbieter exklusiver und brandaktueller Neuigkeiten aus der Welt des Entertainments etabliert. Das Unternehmen verzeichnet nach wie vor ein starkes Wachstum, da die Nachfrage nach brisanten VIP-Inhalten ständig steigt. Splash arbeitet mit mehr als 3.000 aktiven Fotografen in den Entertainment-Hochburgen in aller Welt zusammen, von Nordamerika über Europa und Lateinamerika bis hin zum asiatisch-pazifischen Raum.

Das Angebot von Splash im Bereich der Star-Fotografie erweitert die umfangreiche Corbis Kollektion von exklusiven Porträt-Aufnahmen, Bildern vom roten Teppich und archivierten Entertainment-Inhalten. Corbis bietet nun für Kunden, die sich eine umfassende Auswahl an Entertainment-Angeboten wünschen, umfassende Lösungen an.

„Durch die Übernahme von Splash bietet Corbis unseren Kunden ein einzigartiges und umfassendes Angebot im schnell wachsenden Bereich des Entertainments – von aktuellen VIP-Fotos bis hin zu erstklassigen Porträt-Aufnahmen und Videos“, so Gary Shenk, CEO von Corbis. „Die Fotografen von Splash sind stets als Erste zur Stelle, wenn es um eine aufregende Story aus der Welt der Stars geht. Dank der globalen Verkaufsstruktur und der Webplattform von Corbis werden wir unser hochwertiges Angebot schnell auf alle unsere Kunden weltweit ausweiten.“

„Wir freuen uns, Teil von Corbis zu sein, und werden unseren Kunden weiterhin authentische, brandaktuelle Inhalte bieten. Wir freuen uns außerdem darauf, Corbis Kunden Entertainment-Inhalte in Echtzeit bereitzustellen, um ihr Wachstum zu fördern. Darüber hinaus erhalten unsere Fotografen dank der weltweiten Präsenz von Corbis die Möglichkeit, ihren Einfluss zu erweitern“, sagt Gary Morgan, CEO von Splash.
Fotos von Splash werden regelmäßig von den besten Entertainment-Anbietern verwendet. Das Unternehmen hat einige der größten Storys und Skandale an die Öffentlichkeit gebracht, unter anderem den ersten Auftritt von Sandra Bullock mit ihrem Adoptivsohn, die ersten Bilder von Michael Jacksons erstem Kind, den Tod von Anna Nicole Smith im Jahr 2007 und die Affären von Tiger Woods 2009.

iStockphoto verdoppelt Prämie

iStockphoto kündigte zahlreiche Neuerungen an und wartet mit Sonderkonditionen auf.
Die Prämie für die Werbung von Neukunden wurde verdoppelt. Jedes Mal, wenn jemand aufgrund einer Empfehlung Mitglied bei iStock wird und innerhalb von 30 Tagen nach der Anmeldung mindestens ein Paket mit 26 Credits erwirbt, bekommt der/die EmpfehlerIn 20 US-Dollar gutgeschrieben. Außerdem erhält das neue Mitglied zusätzlich 10 Gratis-Credits.
„Wir wollen zukünftig das beste Empfehlungsprogramm im Internet anbieten“, so Kelly Thompson, COO von iStockphoto. „Erfolgreiche Anbieter und zufriedene Kunden sind schließlich unsere besten Botschafter.“
http://deutsch.istockphoto.com/article_view.php?ID=1129

Corbis investiert in Demotix

Corbis Images investiert in Demotix (www.demotix.com), einer preisgekrönten Plattform für Nachrichtenfotografie. Bereits im März hatten die beiden Unternehmen eine Distributionsvereinbarung geschlossen.
Das Londoner Unternehmen Demotix fungiert als Quelle für tagesaktuelle Nachrichtenfotografie von Orten, die von den klassischen Medien häufig nicht erreicht werden. Dazu arbeitet Demotix mit über 4.500 aktiven freiberuflichen Profifotografen und Semi-Profifotografen zusammen, die derzeit knapp 25.000 Bilder pro Monat bereitstellen. Zudem kooperiert das Unternehmen mit Journalisten aus fast jedem Land der Erde. Demotix verfügt über umfassende Netzwerke in Europa, Asien sowie im Nahen Osten und stellt somit eine ideale Ergänzung zu den bestehenden weitverzweigten Netzen von Corbis in Nord- und Südamerika dar.
Gary Shenk, CEO von Corbis, erläutert, dass Corbis Images alle Anstrengungen unternimmt, zur ersten Anlaufstelle für Nachrichtensender zu werden, die auf der Suche nach außergewöhnlichem, hochaktuellem Bildmaterial auch aus den entlegensten Winkeln der Erde sind, zu denen viele Anbieter keinen Zugang haben. Aufgrund der plattformübergreifenden Partnerschaft mit Associated Press und der Übernahme von Splash News decke die umfassende Medienpalette von Corbis nun alle Themen und Branchen ab und biete die ansprechendsten Angebote im heutigen Markt.
Corbis stellt über corbisimages.com eine limitierte Auswahl der außergewöhnlichsten Nachrichtenbilder der Demotix-Kollektion bereit.
www.corbisimages.com **www.demotix.com**

Neue österreichische Fotografen-Agentur geht an den Start

Der Mediendienstleister Page Seven Media Services GmbH gründet eine neue Bild-Agentur
„Wir wollen mit unserer Agentur dazu beitragen, dass das Foto als journalistisches Ausdrucks- und Gestaltungsmittel wieder stärker in den Vordergrund rückt“, beschreibt Eva Bauer, Geschäftsführerin von Page Seven Images und langjährige Fotochefin, einen der Hauptbeweggründe für die Gründung

der Agentur. „Viele Medien, vor allem im Print-Bereich, haben im Zuge der Wirtschaftskrise beim Thema Bild besonders stark den Rotstift angesetzt. Das hat vielfach zu einer Beliebigkeit und Austauschbarkeit in der Bildsprache geführt.“

Die Fotografen-Agentur PAGE SEVEN IMAGES sieht sich denn auch als eine Art ausgelagerte Fotoredaktion, mit dem Ziel, ihren nationalen und internationalen Medienkunden vor allem eines zu bieten: Arbeitserleichterung, Zeitersparnis und ein hochqualitatives, überraschendes Bildangebot – eben „das andere Bild”.

Die neue Agentur setzt auf hochwertige Portrait- und Reportagefotografie – und vorwiegend österreichische Fotografen. „Wir haben hierzulande viele großartige und auch international anerkannte Fotografen. Diesen wollen wir mit unserer Agentur eine Plattform für die weltweite Vermarktung sowie gezielte Auftragsarbeiten bieten“, beschreibt Eva Bauer einen weiteren Schwerpunkt der Agentur.

Darüber hinaus versteht sich PAGE SEVEN IMAGES auch als Anbieter hochwertiger PR-Fotografie und bietet sowohl Unternehmen als auch PR-Agenturen die komplette Abwicklung von PR-Shootings sowie die Archivierung und internationale Verbreitung des Bildmaterials.

An der Realisierung mitgewirkt haben noch Gerhard Bauer, Medienberater und Geschäftsführer von Page Seven Media Services GmbH, sowie Mag. Michael Vogel, langjähriger Geschäftsführer von APA-Picture-Desk und selbstständiger Medienberater.

www.pagesevenimages.com

30 Jahre Science Photo Library

Eine der weltweit führenden Fotoagenturen für Bilder aus Wissenschaft, Medizin und Footage begeht ihr 30-jähriges Firmenjubiläum.

Anlässlich dieses Ereignisses wartet die Agentur mit einigen Sonderangeboten auf.

Science Photo Library ist eine der führenden unabhängigen und privat geführten Agenturen für Bilder mit wissenschaftlichen Themen. Die Agentur ist bekannt für die Qualität ihrer Kollektion von über 350.000 Bildern und 20.000 Videoclips, die von Fotografen, Illustratoren, Wissenschaftlern und Medizinexperten hergestellt wurden.

www.sciencephoto.com

dpa will Europa-Berichterstattung ausbauen

Die Deutsche Presse-Agentur startet im Oktober den Aufbau eines neuen EU-Informationsdienstes. Das neue Angebot der dpa, „dpa Insight EU“ richtet sich zunächst an Entscheider in Unternehmen, an Parlamentarier aller Ebenen, Interessensvertreter z.B. in Verbänden sowie Kommunen.

Der Informationsdienst soll die Berichterstattung über Europa-Themen vertiefen.

„dpa Insight EU“ wird von von einem neuen, zusätzlichen Team in Brüssel produziert. Ab Januar 2012 soll der neue EU-Informationsdienst verfügbar sein.

mauritius images ist Premiumvertriebspartner von imagebroker

Die bereits in der 2.Generation inhabergeführte Bildagentur mauritius images ist Premiumvertriebspartner von imagebroker in Deutschland, Österreich und der Schweiz (D/A/CH).

Damit ergänzen sich ein professionelles Fotografennetzwerk und die größte unabhängige Bildagentur Deutschlands mit ihren Dienstleistungen. Die Kunden profitieren erheblich von dieser Verbindung und das bedeutet eine optimale Betreuung und Bildversorgung – imagebroker ist die Lösung für professionelle Fotografen, mauritius images bietet die passende Vertriebs- und Servicelösung.

Die Premiumvertriebspartnerschaft bedeutet, dass imagebroker nicht selbst an Endkunden verkauft. Interessierte Kunden können das gesamte Portfolio von imagebroker komfortabel über die Bildagentur mauritius images lizenzieren. Die direkte Verbindung der Server beider Unternehmen stellt dem mauritius images-Kunden zu jeder Zeit alle neuesten Bilder von imagebroker zurVerfügung.

imagebroker wurde 2003 von einem professionellen Fotografen als Dienstleister für Fotografen und Bildagenturen gegründet und unterstützt Profi-Fotografen, indem es die Bilder auswählt, verschlagwortet, die Bildbeschreibung übersetzt und die Bilder über das nach eigenen Aussagen „wohl beste internationale Bildagenturen-Netzwerk“ vertreibt.

www.mauritius-images.com

Harry Ransom Center mit Elliott Erwitt-Bildern

In Austin, Texas, findet man jetzt über 50.000 signierte Abzüge des bekannten amerikanischen Fotografen Elliott Erwitt. Es sind dies Prints, die in den letzten Jahrzehnten entstanden sind und von ihm abgezeichnet wurden. Im gleichen Archiv befinden sich Arbeiten des Fotografen David Douglas Duncan und Arnold Newman.

Die jetzt neu hinzugekommenen Bilder von Elliott Erwitt wurden ursprünglich an den Hedgefonds-Milliardär Israel Englander verkauft, welcher nun die Bilder an die Texaner weitergegeben hat.



Bundesverband der Pressebild-Agenturen und Bildarchive e.V.
Sächsische Str. 63, 10707 Berlin
Tel. 030/324 99 17, Fax 030/324 70 01
www.bvpa.org · e-mail: info@bvpa.org

Basic-Mitgliedschaft läuft an

Die beschlossene und genehmigte Basic-Migliedschaft stößt bei kleineren Bildagenturen auf großes Interesse. Die vergünstigte Form der Mitgliedschaft wendet sich an Bildagenturen, bei denen der Inhaber maximal einen weiteren Mitarbeiter (bzw. entsprechende Teilzeitkräfte) beschäftigt. Für den günstigeren Mitgliedsbeitrag von 400,00 € erhalten Kleinunternehmen die wesentlichen Leistungen des Verbandes, insbesondere die politische Interessenvertretung, Vergünstigungen bei Messe-Auftritten, aktuelle Informationen und Beratungsleistungen. Einschränkungen bestehen lediglich bei Mitgliedsrechten oder bei der Höhe einiger Rabatte.
Die zum Redaktionsschluss eingegangenen Anmeldungen übersteigen die bisherigen Erwartungen. Die neue Mitgliedsform ist offensichtlich der richtige Schritt, den BVPA für eine große Anzahl von Bildanbietern zu öffnen.
Ausführliche Informationen können unter info@bvpa.org oder unter # 030 / 324 99 17 angefragt werden.

BVPA-Seminar Urheber-, Vertrags- und Presserecht am 25.11.2011 in Hamburg

Das Seminar zum Urheber-, Vertrags- und Presserecht richtet sich sowohl an Bildanbieter als auch an Bildnutzer.

Bei der täglichen Arbeit, in der Bildagentur / Bildredaktion stößt man ständig auf urheber- und presserechtliche Fragen, zum Beispiel:

- Welche Schutzfristen haben historische Bilder?
- Welche Gebäude, Kunstgegenstände dürfen an welchen Orten fotografiert werden?
- Wie verhält es sich mit den Rechten abgebildeter Personen?
- Was muss bei der Verwendung im Internet beachtet werden?

Auch vertragsrechtliche Fragen begleiten den Alltag der Bildredakteure bzw. Agentur-Mitarbeiter wie zum Beispiel Allgemeine Geschäftsbedingungen, Fotografenverträge.

Referent: Prof. Dr. Christian Donle
ist Rechtsanwalt und Partner der Rechtsanwaltskanzlei Preu Bohlig & Partner in Berlin.

Detaillierte Informationen sowie die Anmeldeunterlagen erhalten Interessierte über die BVPA-website **http://www.bvpa.org**

Beratungs-Hotline

Wegen der hohen Nachfrage bietet der BVPA telefonische Beratungen an. Der bisher Mitgliedern vorbehaltene Service kann nun auch Nicht-Mitgliedern angeboten werden. Vor allem Fragen zu den Bildhonoraren, zum Fotorecht und zum Bildgeschäft können hier gestellt werden (# 09001 / 324 333 – 1,49 € / Minute aus dem Festnetz).

www.bvpa.org
Die Informations-Plattform der BVPA-Bildagenturen, jetzt neu

„Bundesliga Magazin“

Die G+J-Tochter Facts & Figures erstellt künftig das offizielle „Bundesliga Magazin“ der DFL Deutsche Fußball Liga. Zielgruppen des Magazins sind die Entscheider in Sport, Wirtschaft und Politik. Das Heft erscheint elf Mal im Jahr mit einer Auflage von 36.000 Exemplaren pro Ausgabe.
Das Magazin wurde bislang von der Schweizer Agentur Sport Media Zürich erstellt.
Das „Bundesliga Magazin“ wird über Direktversand sowie in VIP-Lounges in Bundesliga-Stadien, in der Business- und First-Class der Lufthansa sowie in Lufthansa Lounges vertrieben.

Neu im Gong Verlag „Freizeit-TV“

Im Gong Verlag erscheint wöchentlich die Zeitschrift „Freizeit-TV“. Das neue Blatt der WAZ-Tochter ist eine Mischung aus Frauen-Freitzeitillustrierter und Fernsehzeitschrift.
Der Copy-Preis des Magazins liegt bei 1 Euro.
Die Themen des Magazins sind Promiklatsch, Mode, Kochen, Gesundheits- und Verbrauchertipps oder auch Reisen und Rätsel. Zusätzlich gibt es ein TV-Extraheft zum Herausnehmen. Darin ist pro Tag auf sechs Seiten das TV-Programm zusammengefasst. Die „Freizeit-TV“ umfasst insgesamt 108 Seiten.

FACE MAGAZIN erscheint unter neuem Namen

Vor drei Jahren erschien das „FACE MAGAZIN“, nun wurde es überarbeitet und bekam auch einen neuen Namen „BOLD THE MAGAZINE“. Dem Magazin für Lifestyle, Mode, Kunst, Kultur, Zeitgeist und Trends wurde eine „neue Ernsthaftigkeit“ verordnet. Neu ist auch die monothematische Ausrichtung für das erste Heft-Drittel.
„BOLD THE MAGAZINE“ erscheint sechs Mal jährlich zu einem Heftpreis von 4,80 Euro. Die Druckauflage liegt bei 110.000 Exemplaren in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Bild hat die Nase vorn

Auch im App-Vertrieb lässt „BILD“ sich etwas einfallen und geht neue, innovative Wege. Auf dem neuen Android-Smartphone „Razr“ von Motorola, das im November in Deutschland erscheint, wird die „BILD“-App vorinstalliert sein. Damit hat „BILD“ auch auf diesem Sektor wieder einmal die Nase vorn.

Conley’s Magazin

Im August erscheint die erste Ausgabe des „Conley’s Magazin“. Das neue Magazin des gleichnamigen Fashion-Online-Stores soll vorerst nur an Kunden versendet werden. Mitte 2012 ist dann auch ein Verkauf im Zeitschriftenhandel geplant. Der Titel erscheint 6 Mal pro Jahr in einer Druckauflage von 400.000 Exemplaren.

Neues Foodmagazin

Der Gong Verlag (WAZ-Gruppe) und GeraNova Bruckmann launchen ein weiteres Magazinprojekt. Nachdem die beiden Verlage schon seit 2009 gemeinsam LANDIDEE herausbringen, bringt dieselbe Redaktion das neue Foodmagazin namens FRISCH heraus. Der Titel erscheint zunächst als Versuchsballon einmalig. Zielgruppe sind Hobbyköche und Genießer. FRISCH wurde mit einer Auflage von ca. 100.000 Exemplaren, 132 Seiten Umfang und einem Copypreis von 3,80 Euro in den Handel gebracht. Sollte das Heft erfolgreich sein, ist eine regelmäßige Auflage im Zweimonatsrhythmus geplant.
Mit seinem Heftkonzept macht FRISCH etablierten Titeln wie dem FEINSCHMECKER, ESSEN & TRINKEN, aber auch LECKER oder neuen Projekten wie JAMIE und FOOD & TRAVEL Konkurrenz.

App geht's – mit iPad-App AMICA

Jetzt soll nach der geplanten Max-Rückkehr als One Shot auch die nächste Ex-Print-Marke wieder zum Leben erweckt werden. Das einstige Fashion- und Frauen-Magazin Amica, welches im Frühjahr 2009 eingestellt wurde, feiert sein Comeback als iPad-App.
Die neue Applikation will aktuelle News zu Stars und Designern liefern, damit die Nutzer „nichts mehr aus der Mode- und Beauty-Welt" verpassen.
Mit der Amica-Online-App sollen die wichtigen Frauenfragen beantwortet werden.
„Was sind die neuesten Trends der Fashion Week? Welche Stars trugen die schönsten Oscar-Roben? Welcher Promi fällt bei der Stilkontrolle durch? Wer ist der beste Friseur in meiner Stadt?"

iPhone-Sport-App für NRW

Apps, Apps und kein Ende. Auch die WAZ will künftig auch auf dem Handy Randsportarten abdecken. Speziell für alle Sportfans im Revier hat sie eine neue App in den AppStore gebracht. Mit dem Programm WAZ Sport Tabellen und Ergebnisse lassen sich lokale und regionale Ergebnisse von 50.000 Mannschaften aus ganz Nordrhein-Westfalen und aller Welt sowie Tabellen aus über 30 Sportarten wie Fußball und Tennis, aber auch Faustball, Poolbillard oder Dart auf dem iPhone abrufen. Die Anwendung kostet einmalig nur 0,79 Euro.
Die Applikation wurde vom PR-Dienstleister ddp direct entwickelt, der bereits die deutschlandweit erste Regionalsport-App für die Zeitungsgruppe Thüringen (ZGT) konzipiert hat.
Per Fingerwisch können Nutzer durch die unterschiedlichen Ligen und Sportarten navigieren und sich ganze Tabellen oder einzelne Ergebnisse anzeigen lassen. Zudem können sie eigene Favoriten – Vereine, Tabellen oder Ligen – anlegen.

Geo Special New York

Gruner + Jahr setzt ein Ausrufezeichen in Sachen E-Magazin. Das Verlagshaus hat für die neue New-York-Ausgabe von Geo Special eine eigene iPad-App programmieren lassen. „Na und, noch eine App im unüberschaubaren Pool", mag mancher denken. Die neue App zum Geo Special New York ist die neue Referenz in Sachen E-Magazin und bietet einen deutlichen Mehrwert im Vergleich zum gedruckten Heft. Die App eignet sich hervorragend als digitaler Reiseführer für New York.
7,99 Euro verlangt G+J im App-Store für das E-Magazin. 7,99 Euro für ein Online-Magazin klingt nach viel. Ist es auch. Das gedruckte Geo Special New York hat mit 8 Euro im Prinzip den gleichen Preis. Aber der hohe Preis ist absolut gerechtfertigt. Es wurde viel investiert und die App bietet weit mehr als nur ein aufgemotztes PDF mit preiswert erstellten Videos.
Die App kann man einmal kaufen und auch später noch anschauen – alles noch aktuell. Sogar das Wetter. Dank der geschickten Online-Verknüpfung könnten sogar Adressen von Bars oder Preise via Updates aktualisiert werden.
Auf dem Weg zum perfekten iPad-Magazin ist den Machern mit dem Geo Special jedenfalls ein gewaltiger Schritt nach vorne gelungen.

„rampstyle" das Magazin für „echte Männer"

Zum 1. September 2011 brachte Michael Köckritz (Red Indians Publishing) den neuen Titel „rampstyle" auf den Markt. Das Heft, ein Avantgarde Männer-

kultur-Magazin, ist ein Ableger des Autokulturmagazins „ramp“ aus dem gleichen Verlag.
Zielgruppe von „rampstyle“ sind die „echten Männer, wilde Kerle und coole Jungs“. Inhaltlich geht es „nicht immer politisch korrekt“ um Fashion, Accessoires, Design und Lifestyle.
„rampstyle“ soll zunächst zweimal pro Jahr in einer Druckauflage von 40.000 Exemplaren erscheinen. Das erste Magazin hat einen Umfang von über 300 Seiten und kostet am Kiosk 15 Euro.

LAVIVA mit beeindruckenden Zahlen

Mittlerweile hat die Frauenzeitschrift LAVIVA 850.000 Leserinnen. Mit den klassischen Themen Mode, Beauty, Genuss und Kochen, Körper und Seele, Reise, Kultur und Wohnen wurde das Heft in aufwändigen Produktionen umgesetzt
LAVIVA stellt eine exklusive Verbindung zwischen einer klassischen Frauenzeitschrift und dem Point of Sale her. Eine Image- oder Produktkampagne kann durch eine Coupon-Aktion im Heft direkt in eine Vertriebsaktion am Point of Sale umgewandelt werden. LAVIVA wird in 6.500 Filialen der REWE Group und allen Flughäfen- und Bahnhofsbuchhandlungen verkauft. Die Leserinnen können das Magazin zu Hause genießen und anschließend die Coupons beim nächsten Einkauf einlösen – am Point of Sale!
Klammheimlich hat sich das Magazin mit einer verkauften Auflage von über 320.000 (Einzelverkauf) Exemplaren zu einer der größten monatlichen Frauenzeitschriften gemausert. Mit der beeindruckenden Reichweite von 850.000 Leserinnen und Lesern ist LAVIVA die drittgrößte monatliche Frauenzeitschrift.
Erscheinungsweise: monatlich, Copypreis: 1,– Euro, Anzeigenpreis 1/1 Seite: 18.200 Euro, Verkaufte Auflage: 323.618 Exemplare (IVW II/2011)

Sollten Sie durch die Umstellung der Versandart das Heft doppelt bekommen, bitten wir um eine kurze Nachricht.

Sonic Media Verlag startet Fotomagazin Pictures

Das neue Fotomagazin „Pictures“ vom Sonic Media Verlag liegt an den Kiosken. Der Verlag will mit dem Magazin „das Fotografieren in den Mittelpunkt stellen, ohne dabei zu techniklastig aufzutreten“. Die Redaktion will „mehr Spaß am Fotografieren“ vermitteln, was mit dem Untertitel des Magazins deutlich gemacht wird.
Das Magazin erscheint zweimonatlich in einer Druckauflage von 40.000 Exemplaren. Der Preis für „Pictures“ beläuft sich auf 6,- Euro. Das Heft hat 132 Seiten und enthält Fotostrecken, Tipps und Tests, Grundlagenwissen zu Motivwahl, Beleuchtung, Bildbearbeitung und mehr. Online gibt es unter www.pictures-magazin.de für die Leser Bildergalerien, Foren oder Fotografie-News aus dem Blog.
www.pictures-magazin.de

Neu – „Feld 100“

Der Feld Verlag hat das neue Hochglanz-Magazin „Feld 100 – The D’ings Magazine“ herausgegeben. Das 164 Seiten starke Heft gibt zwar Shoppingtipps, soll aber „kein Shopping-Magazin, sondern ein inspirierendes Fundbüro für Groß- und Neuartiges aus allen Lebensbereichen“ sein, so der Verlag.
Hauptthema von „Feld 100“ ist Fashion, darüber hinaus geht es um Beauty, Reise, Kulinaria, Film, Technik, Gadgets, Events oder Auto. Außerdem finden auch große Portraits und Hintergrundgeschichten Platz im Heft.
„Feld 100 – The D’ings Magazine“ erscheint vierteljährlich mit einer Auflage von 10.000 Exemplaren. Das Heft ist an Flughäfen und Bahnhöfen zu einem Copy-Preis von 7,50 Euro erhältlich. Das neue Heft löst „Feld Hommes“ ab, das vier Jahre lang im Feld Verlag erschienen ist.

Nationale Bezahlschranke

In der Slowakei haben sich neun slowakische Medienunternehmen zusammengeschlossen, um endlich Geld mit ihren Online-Publikationen zu verdienen. Für 2,90 Euro im Monat oder 29 Euro im Jahr können Nutzer die Inhalte aller Medien nutzen.
Immerhin wurden im ersten Monat bereits 40.000 Euro eingenommen. Ob damit auch das Ei des Kolumbus gefunden wurde, um mit Online-Auftritten Geld zu machen, ist allerdings fraglich.
Bislang finanzieren sich Internetpublikationen meist notdürftig aus Werbung. „Es gibt einige journalistische Online-Medien, die ihre Grenzkosten inzwischen durch Werbeeinnahmen decken können. Der journalistische Basisapparat kann so aber nicht bezahlt werden. Das reine Werbemodell ist eine Sackgasse“, sagt Heinz-Werner Nienstedt, Leiter des Studiengangs Medienwirtschaft an der Universität Mainz.
In der Slowakei hat es die Firma Piano Media zum Beispiel geschafft, die größten Online-Medien des Landes für ihr Modell zu begeistern. Anfangs gewann die Firma die drei größten Firmen der Online-Branche. Die anderen zogen nach.
Das Ziel von Piano Media ist es, innerhalb eines Jahres 1,5 Prozent der 2,5 Mio. slowakischen Internetnutzer zum Abo zu überreden. Bis 2015 sollen es dann fünf bis 15 Prozent werden.
Die Idee hinter der nationalen Bezahlschranke ist, dass die Kunden bereit sind, einen kleinen Betrag zu bezahlen, wenn sie keine Ausweichmöglichkeit haben. Das kann für ein Land wie die Slowakei, in dem der Medienmarkt überschaubar ist, funktionieren. Größere Märkte wie etwa Deutschland sind aber schwieriger zu erschließen. „Eine Einigung zwischen den großen Online-Medien in Deutschland könnte zwar Erfolg bringen, ist aber unwahrscheinlich. Eine direkte Absprache würde gegen das Kartellrecht verstoßen. Zudem gibt es in Deutschland bereits mehrere Anbieter, die Bezahlplattformen für Verlage anbieten. Dass sich einer dominant durchsetzt, ist nicht wahrscheinlich. Hinzu kommt das erwähnte spieltheoretische Problem. Wenn nicht alle Wichtigen mitmachen, funktioniert das System nicht. Die Konditionierung der User auf Gratisinhalte ist sehr stark“, erklärt Nienstedt.

Neu „Focus Gesundheit“

Am 3. November soll zum ersten Mal das neue Magazin „Focus Gesundheit“ am Kiosk und in den Buchläden liegen. Der neue Titel soll vierteljährlich erscheinen und den Lesern jeweils fundiertes Wissen vermitteln, das sie laut Verlagsmitteilung „zu kompetenten Beratungspartnern ihrer Ärzte macht“. Die erste Ausgabe wird sich mit dem Herz beschäftigen.
„Das Thema Medizin gehört seit Anbeginn zu den Kernkompetenzen von Focus“, kommentiert Chefredakteur Uli Baur. „Unsere Redaktion verfügt über eine sehr große Expertise in den Bereichen Technik, Forschung und Medizin, die sich in unserem aktuellen Nachrichtenmagazin nicht voll abbilden lässt – daher bereitet „Focus Gesundheit“ einzelne Themen umfassend auf und richtet sich dabei ganz gezielt an Betrof-

fene und Interessierte. Wir bieten den Lesern intelligenten und fundierten Wissenschaftsjournalismus."
„'Focus Gesundheit' ist kein weiteres Wellness-Magazin für Waschbrettbauch und Kräuterwickel. Wir erklären wissenschaftlich fundiert und nach dem aktuellen Stand der Forschung, wie man gesund wird oder bleibt", sagt Focus-Journalist Jochen Niehaus. Das Magazin mit 132 Seiten soll 7,90 Euro kosten. Die Druckauflage liegt bei 120.000 Exemplaren.

Auf neuer Plattform

DIE ZEIT bringt ihre komplette Ausgabe inklusive des ZEITmagazins aufs iPad. Auf den ersten Blick scheint das neue Angebot dieselben Inhalte wie die gedruckte Ausgabe zu bieten. Doch der erste Eindruck täuscht: Auch wenn die iPad-Version kaum multimediale Gimmicks beinhaltet, bietet sie doch ein ganz besonderes Leseerlebnis – allerdings leider zum Preis der gedruckten Ausgabe.
In der Preispolitik haben sich die Hamburger dagegen entschieden, die Einsparung, die durch den fehlenden Vertrieb und Druck entstehen, an die App-Käufer weiterzugeben. Begründet wird das mit der Provision, die Apple erhält und der Befürchtung, sonst die Print-Verkäufe zu kannibalisieren.
So kostet eine iPad-Ausgabe nun 3,99 Euro, das Jahresabo 149,99. Für sein Geld bekommt der Leser allerdings ein tolles ZEIT-Leseerlebnis. Alle Artikel sind zwar speziell für das Apple-Tablet optimiert, trotzdem sind möglichst viele Elemente des Print-Layouts erhalten geblieben.
Im iTunes-Store gibt es das neue Heft immer bereits einen Tag vor der gedruckten Ausgabe.
Zu der Frage, ab welchen Verkaufszahlen man bei der Wochenzeitung von einem Erfolg sprechen wird, wollten sich die Hamburger nicht äußern. Inhaltlich scheint Chefredakteur Giovanni di Lorenzo allerdings sehr zufrieden zu sein. „Ich hätte mir vor Kurzem noch nicht vorstellen können, dass es einmal gelingen würde, eine großformatige Zeitung so vortrefflich auf ein digitales Medium zu übertragen und dabei auch die Schönheit ihrer Formen erfahrbar zu machen."

Burda-Nachwuchs entwickelt HOLLYHOME

Nachwuchsjournalisten von Hubert Burda Media haben das junge Magazin „HOLLYHOME – Lebe deinen Raum" realisiert. Das Projekt wurde von 31 Burda-Journalistenschülern verwirklicht.
„Wir spielen unser eigenes Spiel und designen am liebsten selbst. Wir träumen von gestern und freuen uns auf morgen. Wir machen uns die Welt, wie sie uns gefällt!", so die 31 Journalistenschüler des Abschlussjahrganges 2011 im Editorial. Auch die Markteinführung von „HOLLYHOME" wurde von Offenburger Nachwuchs-Führungskräften des Fortbildungsprogramms Basic Management übernommen.
„HOLLYHOME" bietet inhaltlich Reportagen, Portraits, Interviews, Style-Experimente und Do-it-Yourself Tipps. Das Magazin möchte sich zwischen jungen Lifestyle-Magazinen und Wohnzeitschriften positionieren, Zielgruppe sind Frauen ab 20 Jahren. Das Heft soll zunächst einmalig erscheinen. Das 116-seitige Sonderheft ist seit 14. September 2011 zum Abgabepreis von 3,30 Euro im Handel. Die Druckauflage beträgt 50.000 Exemplare.

Neu: „SAUEN – das Magazin für den Schwarzwildjäger"

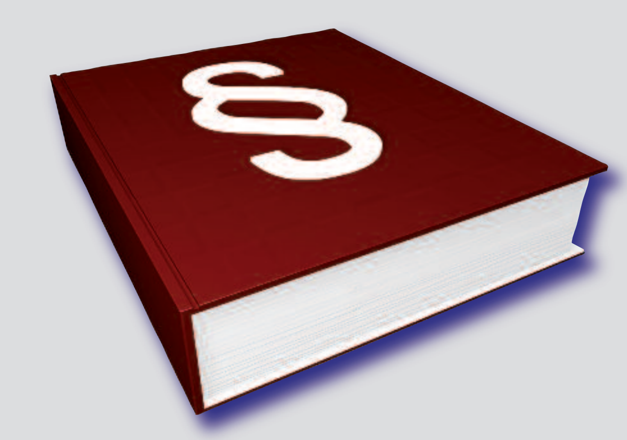
Pünktlich zum Start der Herbstsaison liegt „SAUEN – das Magazin für den Schwarzwildjäger" am Kiosk. Der Titel wird vom Hamburger JAHR TOP SPECIAL VERLAG herausgegeben. Chefredakteur Roland Korioth zum neuen Heft: „SAUEN ist aktiver, adrenalinhaltiger, aufgeschlossener als andere Jagdzeitschriften. Bei uns trifft Information auf Emotion."Redaktionell wird das Heft vom Team der im gleichen Verlag erscheinenden Zeitschrift „JÄGER" betreut.
„SAUEN" erscheint in einer Druckauflage von 30.000 Exemplaren und ist inklusive einer DVD mit exklusivem Filmmaterial für 9,80 Euro zu haben. Das Magazin bleibt bis Weihnachten im Angebot. Die nächste Ausgabe soll am 21. März 2012 erscheinen.

Aktuelle Rechtsfragen aus unserer Branche

Unsere Themen:

Die Illustrationen auf den Recht-Seiten wurden uns von Fotolia zur Verfügung gestellt.

Bundesgerichtshof über Zulässigkeit der Bildersuche bei Google



Der u.a. für das Urheberrecht zuständige I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat erneut entschieden, dass Google nicht wegen Urheberrechtsverletzung in Anspruch genommen werden kann, wenn urheberrechtlich geschützte Werke in Vorschaubildern ihrer Suchmaschine wiedergegeben werden.

Die von Google betriebene Internetsuchmaschine verfügt über eine textgesteuerte Bildsuchfunktion, mit der man durch Eingabe von Suchbegriffen nach Abbildungen suchen kann, die Dritte im Zusammenhang mit dem Suchwort ins Internet eingestellt haben. Die von der Suchmaschine aufgefundenen Bilder werden in einer Ergebnisliste in verkleinerter Form als Vorschaubilder („thumbnails") gezeigt. Die Vorschaubilder enthalten einen elektronischen Verweis (Link), über den man zu der Internetseite mit der wiedergegebenen Abbildung gelangen kann.

Der Kläger ist Fotograf. Im Dezember 2006 und März 2007 wurden auf Suchanfragen die Abbildungen eines vom Kläger angefertigten Lichtbildes der Fernsehmoderatorin Collien Fernandes als Vorschaubilder angezeigt. Als Fundort der Abbildungen wurden zwei näher bezeichnete Internetseiten angegeben.

Der Kläger hat vorgetragen, er habe den Betreibern dieser Internetseiten keine Nutzungsrechte an der Fotografie eingeräumt. Er hat die Beklagte wegen Urheberrechtsverletzung unter anderem auf Unterlassung in Anspruch genommen.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Das Berufungsgericht hat die Klage abgewiesen. Der Bundesgerichtshof hat die Revision des Klägers zurückgewiesen.

Der Bundesgerichtshof hat im vergangenen Jahr entschieden, dass ein Urheber, der eine Abbildung eines urheberechtlich geschützten Werkes ins Internet einstellt, ohne technisch mögliche Vorkehrungen gegen ein Auffinden und Anzeigen dieser Abbildung durch Suchmaschinen zu treffen, durch schlüssiges Verhalten seine Einwilligung in eine Wiedergabe von Vorschaubildern der Abbildung erklärt und der darin liegende Eingriff in das Recht auf öffentliche Zugänglichmachung des Werkes (§ 19a UrhG) daher nicht rechtswidrig ist (BGH, Urteil vom 29. April 2010 – I ZR 69/08, BGHZ 185, 291 – Vorschaubilder I).

In der am 19.10.2011 verkündeten Entscheidung stellt der Bundesgerichtshof klar, dass eine solche, die Rechtswidrigkeit des Eingriffs ins Urheberrecht ausschließende Einwilligung auch dann vorliegt, wenn eine Abbildung eines Werkes von einem Dritten mit Zustimmung des Urhebers ohne Schutzvorkehrungen ins Internet eingestellt worden ist. Der Kläger hatte im Streitfall zwar geltend gemacht, er habe den Betreibern der Internetseiten, auf denen die Vorschaubilder der Fotografie eingestellt waren, keine Nutzungsrechte eingeräumt. Darauf kommt es nach Ansicht des Bundesgerichtshofs jedoch nicht an. Der Kläger hatte nämlich Dritten das Recht eingeräumt, das Lichtbild im Internet öffentlich zugänglich zu machen. Die von einem Dritten mit Zustimmung des Urhebers durch Einstellen von Abbildungen des Werkes ins Internet wirksam erklärte Einwilligung in die Anzeige in Vorschaubildern ist – so der Bundesgerichtshof – nicht auf die Anzeige von Abbildungen des



Werkes beschränkt, die mit Zustimmung des Urhebers ins Internet eingestellt worden sind. Es ist allgemein bekannt, dass Suchmaschinen, die das Internet in einem automatisierten Verfahren nach Bildern durchsuchen, nicht danach unterscheiden können, ob ein aufgefundenes Bild von einem Berechtigten oder einem Nichtberechtigten ins Internet eingestellt worden ist. Deshalb kann und darf der Betreiber einer Suchmaschine eine solche Einwilligung dahin verstehen, dass sie sich auch auf die Anzeige von solchen Abbildungen in Vorschaubildern erstreckt, die ohne Zustimmung des Urhebers ins Internet eingestellt worden sind. Dem Urheber ist es allerdings unbenommen, diejenigen wegen Urheberrechtsverletzung in Anspruch zu nehmen, die diese Abbildungen unberechtigt ins Internet gestellt haben.

Kein Verstoß gegen Jugendschutz

Für Fotografen und Agenturen ist es häufig ein Problem, wenn sie mit Models zusammenarbeiten, die zwar volljährig sind, jedoch jünger wirken. Insbesondere dann, wenn das Model in einer „unnatürlich geschlechtsbetonten Körperhaltung" oder auch in Bademode abgebildet wird, kann dies zu einem Verstoß gegen den Jugendschutz führen.

Um hier nicht rechtliche Probleme zu bekommen, sollte der Fotograf deutlich auf den Umstand hinweisen, dass das Model älter als 18 Jahre ist.

In einem Urteil hat der Bayerische VGH (Urteil vom 23.03.2011, Az. 7 BV 09.2517) die Beanstandung einer Webseite durch die Bayerische Landeszentrale für neue Medien verworfen.

Auf der streitgegenständlichen Webseite wurden zahlreiche Bilder einer volljährigen, doch noch sehr jung aussehenden Frau in erotischen Posen publiziert. Der Webseitenbetreiber wies ausdrücklich an mehreren Stellen darauf hin, dass die Person volljährig ist.

Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien war der Ansicht, dass die Minderjährigkeit der darge-

stellten Person durch kindliche Accessoires, Outfits und Begleittexte bewusst inszeniert werde und daher für die Erfüllung des Tatbestands der Minderjährigkeit trotz der Altersangabe „18 Jahre" genügend Anhaltspunkte vorlägen. Das Angebot bediene den Voyeurismus von Nutzern mit pädophilen Neigungen.
Das Gericht folgte dieser Ansicht nicht und verwarf die Berufung der Medienanstalt.

Zur Begründung führt das Gericht aus:
Der Wortlaut des § 4 Abs. 1 Nr. 9 JMStV lässt offen, ob bei Darstellung realer Personen zur Bestimmung des Tatbestandsmerkmals Kinder oder Jugendliche auf das tatsächliche Alter oder auf das durch die Darstellung vermittelte Alter abzustellen ist. Aufgrund der Legaldefinition in § 3 Abs. 1 JMStV ist bei einer Darstellung in unnatürlich geschlechtsbetonter Körperhaltung ein Verstoß gegen § 4 Abs. 1 Nr. 9 JMStV anzunehmen, wenn die Person im maßgeblichen Zeitpunkt der Fertigung der Aufnahmen minderjährig war. Dies gilt auch dann, wenn sie wahrheitswidrig als volljährig bezeichnet wird oder wenn sie im Zeitpunkt der Verbreitung oder Zugänglichkeit bereits volljährig ist. War die Person jedoch bei Fertigung der Aufnahmen tatsächlich volljährig, kommt es darauf an, ob sie gleichwohl als minderjährig dargestellt wird. Der Begriff „darstellen" deutet insoweit darauf hin, dass nicht immer das tatsächliche Alter maßgeblich sein soll, sondern der beim Betrachter erweckte oder beabsichtigte Eindruck.

Diese Anhaltspunkte lagen bei der beanstandeten Webseite nicht vor, da das Model volljährig zum Zeitpunkt der Aufnahmen war und auch auf diesen Umstand hingewiesen wurde.
Daher lag in der Darstellung kein Verstoß gegen § 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 9 Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) vor.

Anmerkung Rechtsanwalt Hoesmann:
Die Arbeit mit jugendlichen Models ist juristisch heikel. Ist das Model jünger als 18 Jahre, sind zahlreiche Jugendschutzvorschriften unbedingt zu beachten. Ebenso muss eine schriftliche Einwilligung der Eltern eingeholt werden, dass die Fotos gemacht und auch publiziert werden dürfen. Ist das Model älter als 18 Jahre, wirkt es aber jünger, sollte unbedingt auf die Volljährigkeit hingewiesen werden, wenn das Model in erotischen Posen abgebildet wird. Ohne einen solchen Hinweis droht ein Bußgeld.

Rechtsanwalt Hoesmann ist Inhaber der Kanzlei Hoesmann und vertritt bundesweit Mandanten im Bereich Urheberrecht und Medienrecht.
Webseite: www.hoesmann.eu
Telefon 030 23270983, E-Mail: th@hoesmann.eu



ROG kritisiert Beschlagnahmung von kritischer Regionalzeitung

Reporter ohne Grenzen (ROG) verurteilt die Beschlagnahmung der gesamten Ausgabe einer Wochenzeitung durch regionale Behörden in der westrussischen Exklave Kaliningrad. Am 29. Juli wurden 40.000 Exemplare der druckfrischen Zeitung Iswestija Kaliningrada konfisziert. Der Herausgeber der Zeitung, Oleg Altowski, wurde für mehrere Stunden verhaftet.

Die konfiszierte Ausgabe der Zeitung enthielt einen offenen Brief an Präsident Medwedew. Darin forderten mehr als zweitausend Bürger nach Korruptionsvorwürfen den Rücktritt der regionalen Regierung. Die russischen Behörden begründeten die Zensurmaßnahme mit Hinweisen auf mögliche extremistische Inhalte, die bei ihnen eingegangen seien.



ROG fordert die Behörden auf, solche Methoden zu unterlassen. In dem Eingriff sieht ROG einen weiteren Fall von Machtmissbrauch durch russische Regionalregierungen. Mit der Beschlagnahmung von Zeitungsausgaben würden lokale Behörden versuchen, Inhalte zu unterdrücken, die ihnen ungelegen kommen: „Sie behalten sich das Recht vor, Nachrichten und Informationen in ihrer Region zu kontrollieren – mit dem stillschweigenden Einverständnis der Zentralregierung“, erklärt ROG. Der Kreml dürfe diese Form der Zensur nicht dulden, da sich andernfalls diese Praxis weiter verbreite, so ROG.

Die Methode der Beschlagnahmung wurde im vergangenen Monat bereits in Sankt Petersburg auf die Wochenzeitung Kommersant Vlast angewandt. Neunzig Prozent der wöchentlichen Ausgabe wurden auf Anordnung des kommunalen Pressekomitees konfisziert. Das Blatt enthielt kritische Artikel über die Gouverneurin von Sankt Petersburg Walentina Matwijenko. Im Februar wurde zudem die Zeitung Moi Rajon auf Druck der Regionalregierung an der Verteilung ihrer Ausgabe gehindert. Zuvor hatte das Blatt ebenfalls Kritik an Matwijenko geübt.

Die Praxis der Konfiszierung ist ein Beispiel für die Einschränkung der Pressefreiheit in den russischen Regionen. Zu diesem Thema veröffentlichte die deutsche ROG-Sektion im Jahr 2009 einen ausführlichen Bericht mit dem Titel „Helden und Handlanger: Die Arbeit von Journalisten und Medien in den russischen Regionen.“

Die Studie zeichnet ein Bild der Arbeit der Journalisten in der Provinz und der Versuchungen und Bedrohungen, denen sie ausgesetzt sind. In vielen Regionen hat sich in den Jahren des wirtschaftlichen Aufschwungs zwar eine zahlenmäßig reichhaltige Medienlandschaft entwickelt. Dennoch sind die Freiräume für unabhängige Berichterstattung nicht größer geworden. Viele Journalisten greifen kritische Themen und Missstände wie Korruption oder gewalttätig niedergeschlagene Proteste aufgrund starker Abhängigkeitsverhältnisse zwischen Medien, Politik und Wirtschaft nicht auf.

„Cover des Jahres" geht an Magazin „Electronic Beats"

Auf dem diesjährigen BCP-Kongress vergab Corbis bereits zum zweiten Mal einen Preis für das beste Foto auf einem Corporate Publishing-Medium.
Die BCP-Awards wurden im Anschluss an den Kongress im feierlichen Rahmen vergeben.
Imke Meyer-Minnemann, Senior Account Manager bei Corbis, übergab den Preis an die Macher des Electronic Beat Magazins. „Das Cover ist die perfekte Adaption des Heftthemas Romantik. Ein aufmerksamkeitsstarkes und ungewöhnliches Foto, das bewusst mit den Sehgewohnheiten der Zielgruppe der ‚Digital Natives' bricht."
Weitere Informationen: **www.bcp-award.com**

Otto-Steinert-Preis an Axel Hoedt

Im Andenken an den Historiker und Fotografen Otto Steinert schreibt die DGPh-Sektion „Bild" seit 1979 alle zwei Jahre den Otto-Steinert-Preis aus – in diesem Jahr zum ersten Mal online.
Am 10. Oktober hat die Jury ihre Entscheidung getroffen und aus 240 Bewerbern den in London lebenden deutschen Fotografen Axel Hoedt zum Gewinner erklärt. Hoedt überzeugte mit seiner Bilderserie „Fastnacht", die sich mit den Masken der schwäbisch-alemannischen Fastnacht und den Sitten und Gebräuchen im Süden Deutschlands auseinandersetzt. Er erhält 5.000 Euro als Stipendium zur Vervollständigung dieser Serie.
Eine lobende Erwähnung ging an Arno Schidlowski für seine Landschaftsaufnahmen. **www.dgph.de**

CEPIC Congress 2012

„The Truman Brewery", Brick Lane – London, wird vom 16. bis 19. Mai 2012 der Veranstaltungsort des CEPIC Kongresses sein.
Die Macher dieses hochkarätigen Events werden in London ein neues Highlight setzen. London 2012: Queen Elizabeth II feiert ihr diamantenes Krönungsjubiläum und die Olympischen Spiele finden in London statt. Auch diese Ereignisse werden dem Kongress eine ganz besondere Atmosphäre geben und für unvergessliche Eindrücke sorgen.
Die außergewöhnlichen Anreize zur Kongressteilnahme sollten schon jetzt Anlass sein, sich umgehend unter London2012@cepic.org für die Teilnahme registrieren zu lassen. **www.cepic.org**

Tim Hetherington posthum ausgezeichnet

Bei den LeadAwards 2011 vergab eine Jury, bestehend aus 100 anerkannten Medienexperten, den ersten Platz in der Kategorie Reportagefotografie an Tim Hetherington für „Unter Kriegern / Der Alltag der US-Soldaten an der Front in Afghanistan". Die Reportage erschien im *stern*. Der britische Fotojournalist wird posthum ausgezeichnet.
Tim Hetherington wurde am 20. April 2011 in Misrata, Libyen von einem Granatgeschoss der Gaddafitreuen Truppen getötet. Silber geht an Craig F. Walker für seine Reportage „Ian Fisher zieht in den Krieg/ Der Weg eines US-Rekruten von der Musterung bis zum Kampfeinsatz im Irak", erschienen im ZEITmagazin.

Horst Jürgen Schunk präsentiert Kuba in Bildern

Unter dem Titel „Ansichtssache(n) – Impressionen aus einem Karibikparadies – KUBA" zeigte Horst Jürgen Schunk 28 großformatige Fotografien, die im vergangenen Jahr während einer großen Rundreise auf diesem Archipel entstanden sind.
Schunk will ein wenig Lust auf Kuba wecken. Denn Kuba hat mehr zu bieten als das, was man in negativen Meldungen zu hören und zu lesen bekommt.
Diese andere Seite Kubas, mit Lebensfreude, Musik, Hoffnung und Glauben an das eigene Land und an eine positive Zukunft, versucht der Fotograf den Betrachtern mit seinen Bildern zu vermitteln.

Die dritte Runde

Katapult sucht wieder den besten Nachwuchsfotografen.
Teilnahmeberechtigt ist jeder, der nicht älter als 35 Jahre ist, in Deutschland professionell fotografiert, eine entsprechende Berufsausbildung vorweisen kann oder einen fotografischen Studiengang absolviert hat.
Eingereicht werden können bis zu 15 Bilder. Die Teilnahme am Wettbewerb ist kostenlos.
Der erste Platz wird mit einem Preisgeld von 2000,– Euro ausgezeichnet, für den zweiten Platz sind 1000,– Euro und für den dritten Platz 500,– Euro als Vergütung vorgesehen. Die Fotografinnen und Fotografen der Top Ten erhalten die Möglichkeit, an einer Portfolio-Show teilzunehmen
Die Preisverleihung findet im Rahmen eines dreitägigen Programms im Februar 2012 statt.

Neue Bildhonorare bei Tageszeitungen

Seit dem 01.10.2011 gibt es nach einer Vereinbarung des DJV und nach Zustimmung des gesamten Verbandes eine neue Honoraranhebung für Bildbeiträge in Tageszeitungen.
Die Anhebung ist wie immer nach der Auflage gestaffelt und wurde mit dem Bundesverband deutscher Zeitungsverleger (BDZV) vereinbart. Die neuen Honorare wurden minimal angehoben.
Waren vorher bei Erstdruckrechten und einer Auflage von 10.000 Exemplaren 38,40 Euro vereinbart, so werden ab sofort 39,20 Euro als Honorar festgeschrieben. Im nächsten Jahr wird dieser Betrag am 01.08.2012 nochmals auf 40 Euro pro Bild angehoben. Bei einer Auflage von 100.000 Drucken gibt es jetzt nach dieser neuen Vereinbarung 66,30 Euro und ab 1.08.2012 67,60 Euro.
Für Zweitdruckrechte und einer Auflage von 10.000 Exemplaren wurden bis zu 31,20 Euro vereinbart (vorher waren es 30,60 Euro) und ab dem 01.08.2012 bei gleicher Auflage 31,80 Euro. Die gesamte Staffelung umfasst eine Auflage von 10.000 - 100.000 Drucken. Neu bei 100.000 Exemplaren ist der Preis von 51,20 Euro und ab 01.08.2012 52,20 Euro.
Bei Auflagen über 100.000 bei Erstdruckrechten werden nach den Vorgaben 80,30 Euro und im kommenden Jahr 81,90 Euro vergütet werden.
Bei Zweitdruckrechten von über 100.000 Drucken werden 61,10 Euro und ab dem 01.08.2012 Euro 62,30 vergütet.
Von Fotografen ist zu hören, dass in der Praxis die Vereinbarungen in der Vergangenheit nicht eingehalten wurden. Die Richtschnur von individuellen Honorarabsprachen ist jedoch nach diesem genannten Tarifvertrag zu vereinbaren.

Zeitungssterben

Ein neues Buch von James O'Shea, dem Ex-Chefredakteur der „Los Angeles Times", trägt den Titel „Deal from Hell". Es beschreibt das Phänomen des Zeitungssterbens in seinem Land.
Als zu Beginn des Jahres 2008 der Chicagoer Immobilienmogul Sam Zell die Tribune Company übernahm, ahnte O'Shea, dass das nichts Gutes bedeuten konnte. O'Shea war damals Chefredakteur der „Los Angeles Times", der neben der „Chicago Tribune" größten Zeitung des Verlages, die der Unternehmer Zell mit „innovativen" Ideen aus der Krise führen wollte. Nicht einmal einen ganzen Monat später nahm O'Shea seinen Hut.
Sam Zell schaffte es in weniger als einem Jahr, den Verlag von drei der wichtigsten und besten Großstadtzeitungen der USA zugrunde zu richten. Im Dezember 2008 meldete die Tribune Company Bankrott an. Zell hatte das Unternehmen bei seiner Übernahme mit 13 Milliarden Dollar belastet, ein Schuldenberg, den er in der Medien- und Wirtschaftskrise nicht mehr bedienen konnte. Es war die größte Pleite in der US-Mediengeschichte.
Der preisgekrönte, investigative Reporter O'Shea hatte das Debakel zwar nicht mitgetragen, aber es brach ihm das Herz, mit ansehen zu müssen, wie der

Verlag zugrunde ging. Es war ihm daher ein Herzenswunsch aufzuschreiben, wie es dazu kommen konnte. Das Resultat ist sein kürzlich erschienenes Buch „Deal from Hell“, ein Lehrbuch über die Anatomie der Medienkrise in den USA und eine Anklage an all die, die sie durch Gier und Inkompetenz um ein Vielfaches beschleunigt haben.
Zu beziehen im Buchhandel oder online.

Neue Adressen

Bildagentur Kursiv

Die Bildagentur Kursiv startet in neuen Räumen mit neuer Adresse durch. Die neue Anschrift lautet:
Kursiv GmbH, Goldbrunnenstrasse 42,
CH-9000 St. Gallen, Switzerland
Alle weiteren Kommunikationsdaten und Ansprechpartner gelten unverändert.

Color Consulting

Detlef Fiebrandt „Color Consulting“ ist umgezogen. Die neue Adresse lautet:
Detlef Fiebrandt, Color Consulting,
Lerchenberg 11, D-86923 Finning
Alle weiteren Kommunikationsdaten gelten unverändert.

Presse Informations Aktiengesellschaft

Die PIAG ist ab 01.12.2011 unter der nachstehenden neuen Adresse postalisch erreichbar:
PIAG, Rathausplatz 7, 76532 Baden-Baden
Alle weiteren Kommunikationsdaten gelten unverändert.

Telekoms PagePlace

Der Online-Kiosk der Deutschen Telekom, PagePlace, plant, ins europäische Ausland zu expandieren. Bereits im kommenden Jahr soll es schon Ableger in Frankreich, Italien, Großbritannien, Spanien und Polen geben. „Internationalisierung ist ein großes Thema für uns“, sagt Chef-Innovator Thomas Kiessling. Die Expansion ins Ausland soll allerdings nicht ausschließlich mit eigenen Mitteln realisiert werden, und daher sei man „in Gesprächen mit starken Handelsunternehmen in den jeweiligen Ländern“.
Über den bisherigen Umsatz von PagePlace in Deutschland schweigt Chef-Innovator Thomas Kiessling und verrät nur, dass es eine Anzahl von registrierten Nutzern „im gut fünfstelligen Bereich“ gebe. Schwarze Zahlen hätten „in dieser Phase nicht oberste Priorität“ so Kiessling, es gehe vielmehr darum, „den Markt zu entwickeln”.
Die Telekom-Tochter verhandelt in dem Zusammenhang deshalb derzeit mit Herstellern von E-Book-Readern, damit diese PagePlace bereits auf ihren Geräten vorinstallieren. In den kommenden Wochen sollen Abo-Modelle und besondere Schnupper-Abos bei PagePlace eingeführt werden. Ein wichtiges Ziel ist auch die Erweiterung des Angebots an E-Books.

Kill Your Darlings

Die Künstlerinitiative „Kill Your Darlings“, bestehend aus 20 ehemaligen Bialobrzeski-Studenten, veröffentlichte im September 2011 im Kerber Verlag ein gleichnamiges Buch „Kill Your Darlings“.
Mit dem facettenreichen Ausstellungs- und Buchprojekt der 20 Fotografinnen und Fotografen, die gemeinsam in Bremen studierten, dekonstruieren und rekonstruieren sie auf vielfältige Weise Phänomene unserer Zeit. Die Auswahl ihrer Themen spiegelt ihr Verhältnis zu Gesellschaft und Kultur wider.
Fragen zur Wahrnehmung und Identität, Lebensstile und Lebenswelten in der eigenen Kultur oder einer fremden. Sie fotografieren in Deutschland und weltweit. Ihre Bilder zeigen Menschen, Orte, Dinge, Architekturen und Landschaften. Konzeptionelle Ansätze sind in ihren Serien ebenso vertreten wie dokumentarische oder experimentelle.
Je nach Persönlichkeit oder passend zum Thema bedienen sich die jungen Fotografen unterschiedlicher Bildsprachen, fotografisch distanziert, nah dran, geheimnisvoll, erzählerisch oder abstrakt.

144 Seiten Softcover mit 131 Farbabbildungen aus insgesamt 19 Serien, Texten zu den einzelnen Arbeiten sowie einem Interview der Kuratorin mit Prof. Peter Bialobrzeski.

www.kill-your-darlings.org



Klaus Paysan hat uns verlassen

Am 17. September 2011 starb Klaus Paysan, Naturfotograf und Buchautor, friedlich und mit einem Lächeln auf den Lippen im Alter von 81 Jahren. Er fotografierte und beschrieb die Schönheiten der Natur, die er kannte und liebte, und begeisterte unzählige Menschen für die Kultur und Kunst Afrikas – ein Kontinent, den er mehr als einhundert Mal besuchte. Im Gedenken an Klaus Paysan fand im Waldheim Lindental ein Afrikanischer Cry mit Fotos, Ballaton und Trommeln statt. Die Beisetzung war am 4. Oktober.

Klaus Paysan hatte zur Vermarktung seines umfassenden Bildbestandes eine eigene Bildagentur eingerichtet. Unter anderen gehörte er von 1983–1986 dem Vorstand des Bundesverbands der Pressebild-Agenturen und Bildarchive e.V. (BVPA) an.

XING meldet über 5 Mio. Mitglieder im deutschprachigen Raum

Die professionellen Netzwerker im deutschsprachigen Raum können sich freuen. Die Anzahl möglicher Kontakte für Jobs, Mitarbeiter, Aufträge, fachlichen Rat oder zum Austausch von Ideen steigt permanent. In diesem Monat hat XING die Marke von 5 Mio. Mitgliedern im deutschsprachigen Raum geknackt.

Damit setzt Deutschlands größtes und aktivstes geschäftliches Netzwerk seinen Wachstumskurs fort. Bereits für das erste Halbjahr 2011 konnte XING ein gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 25 Prozent beschleunigtes Mitgliederwachstum berichten.

Schlecker mit neuem Angebot

Der Drogeriefilialist Schlecker testet in rund 1.000 Filialen mit einem Tageszeitungsangebot von vier Titeln den Presseverkauf.

Sämtliche Testfilialen befinden sich im Nielsengebiet I, also in Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein und Niedersachsen.

Der Test soll bis Ende März 2012 befristet sein. In den Filialen, in denen das Tageszeitungsangebot gute Ergebnisse bringt, soll anschließend ein Zeitungs- und Zeitschriftensortiment auf einem Meter Regalstrecke präsentiert werden, während in Filialen mit einem schwachen Tageszeitungsverkauf die Presse wieder aus dem Sortiment genommen werden soll.

Comscore analysiert Nachrichtenströme

368,6 Mio Unique Visitors (UV) gingen im Juni in Europa online, wie das Webanalyseunternehmen Comscore feststellte. Wer aber macht das Rennen bei den 30 meistbesuchten Zielen, unter denen sich auch drei deutsche Angebote finden?

Auf Platz 17 liegt Axel Springer (54,7 Mio UV), Platz 25 belegt die Deutsche Telekom (38,2 Mio) und mit Platz 30 schaffte es auch Hubert Burda Media (31,7 Mio) ins das Ranking.

Die meisten Besucher verzeichneten die Seiten des Internetkonzerns Google (335,4 Mio), gefolgt von Microsoft (259,8 Mio) und Facebook (246,4 Mio).

167,2 Mio Unique Visitors steuerten im Juni 2011 Zeitungsseiten an – 11% mehr als noch vor einem Jahr. Im Schnitt verbrachten sie 40,5 Minuten auf den Seiten. Meistbesuchte Zeitung in Europa war die britische „Daily Mail“ (17,2 Mio UV). Es folgen der ebenfalls britische „Guardian“ (13,5 Mio), die „Bild“ aus

Deutschland (9,9 Mio) und die türkische „Hürriyet" (9,5 Mio). Platz 5 geht an „Milliyet" (8,8 Mio).
Facebook schaufelte im Schnitt 7,4% der Besucher auf die fünf größten Zeitungsangebote. Im Falle von „Bild" gelangten laut Comscore sogar 14% der Besucher über Facebook auf die Seite. Vor einem Jahr waren es nur 3%. Damit liegt „Bild" vor „Milliyet" (11,6%), „Daily Mail" (10,6%), „Hürriyet" (8,4%) und „Guardian" (7,4%).
Durchschnittlich verbrachte jeder Besucher 26,1 Stunden im Internet.
Die meisten Unique Visitors kamen aus Deutschland (50,1 Mio), doch ihre Verweildauer im Internet blieb mit 23,9 Stunden deutlich hinter der anderer Länder wie den Niederlanden (34,1 Stunden), Großbritannien (33,0 Stunden) und der Türkei (31,1 Stunden) zurück.

Videofilme – professionell gemacht

Die 3. Auflage des Titels „Videofilme ... professionell gemacht" von Andreas A. Reil ist jetzt im Handel verfügbar. Die neue Auflage wurde in einigen Punkten aktualisiert und ergänzt. So geht der Autor jetzt noch mehr auf die Preproduction-Phase, die Filmplanung ein. Damit die Filmplanung nicht reine Theorie bleibt, können sich die Leser im Download-Bereich Demoprogramme der im Buch besprochenen Filmplanungstools herunterladen (mit einem Klick kann man eine hochaufgelöste PDF-Datei des Covers downloaden).
Zahlreiche Tabellen, Checklisten und Beispiele machen es Filmern leicht, den Einstieg in die kommerzielle Filmerei zu finden. Weitere Themen des Buchs sind: Industriefilme und wie man Kunden gewinnt, Kalkulation von Auftragsfilmen, Eigenproduktionen für Kauf-DVDs (Special Interest-Filme) sowie die Arbeit für das Fernsehen als VJ und Reporter.
ISBN 978-3937708140, Preis 36,–, 293 Seiten, viele SW-Abbildungen, Tabellen, Checklisten

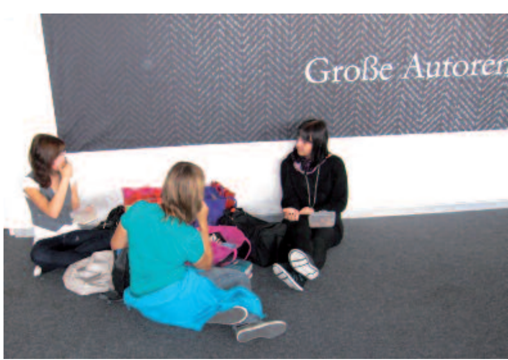
Pressefotografie am Wendepunkt

Pressefotografie im herkömmlichen Sinne wird immer mehr zum brotlosen Geschäft. Der schon seit längerer Zeit anhaltende Trend zu mehr Aktualität und weniger Qualität bei Fotos in den Printmedien macht der Branche zu schaffen. Die ständig besser werdenden Kameras der Smartphones führen dazu, dass der Einzug von Amateurfotos in die Medien für die Profis beängstigend wird.
Apps wie Scoopshot oder Tackable verstärken diesen Prozess. Mittlerweile kann damit jedes Foto direkt an Medienunternehmen verkauft werden.
Tagesaktuelle Medien zahlen seit jeher verhältnismäßig wenig für Fotos. Durch den wirtschaftlichen und zeitlichen Konkurrenzdruck aus dem Internet bricht der Markt aber zusehends zusammen.
Auch von einer anderen Seite geraten Fotografen unter Druck. Aufgrund der steigenden Qualität von Videoaufnahmen wird es vielleicht bald möglich sein, gute Standbilder zu extrahieren, womit Fotografen weiteres Terrain verlieren.

Bis jetzt ist PIAG.de mit mtl. über 100 Newsmeldungen noch allgemein Zugänglich. Ab 2012 erhalten unsere VISUELL aktuell-Abonnenten das Heft auch weiter gratis frei Haus.

Kurz gefasst: „Die Frankfurter Buchmesse 2011“


Messegelände · Foto: PIAG



„Große Autoren“ bei kleiner Pause · Foto: PIAG

Für die Branche der Bildanbieter ist die Frankfurter Buchmesse von jeher ein jährlicher Treffpunkt.
Leider wurde in diesem Jahr das „Zentrum Bild“ in Halle 4 nicht fortgeführt. Stattdessen präsentierten sich die Bildagenturen erstmals in Halle 3.1. Neben ca. 30 Agenturen waren auch der Bundesverband der Pressebild-Agenturen und Bildarchive e. V. (BVPA) und Mitglieder der CEPIC mit einem eigenen Stand vertreten.
7400 Aussteller aus 106 Ländern waren auf dem Messegelände präsent; rund 300.000 Besucher wurden gezählt. Es gab über 600 Veranstaltungen und neun Konferenzen, deren Themenpalette von neuen Formen des Storytellings und Storysellings (Frankfurt StoryDrive-Konferenz/SPARKS, Open Space) bis hin zu „Metadata and Rights Management“ reichte.
„Der Bedarf nach Wissen und Orientierung steigt mit der zunehmenden Digitalisierung der Verlagswelt enorm, und die „Frankfurt Academy“ reagiert auf dieses neue Bedürfnis mit kleinen und großen Veranstaltungen auch zu Spezialthemen“, so Holger Volland, Vice President Conferences & Creative Industries bei der Frankfurter Buchmesse.

E-Books, Apps oder Enhanced E-Books?

Der Umbruch in der Buchbranche stellt Verleger und Content-Anbieter vor neue Aufgaben: Multimediale Formate begründen neue Erzählformen, die Cloud ersetzt das Bücherregal.
Social-Reading-Plattformen machen das Lesen zu einem gemeinsamen Erlebnis.
Verleger und Fachbesucher, die sich über die neuesten digitalen Anwendungen informieren wollen, fanden bei Frankfurt Hot Spots ihre Ansprechpartner. 96 Unternehmen aus 22 Ländern stellten ihre Produkte an den sechs thematisch fokussierten Gemeinschaftsständen vor, darunter Mondia Media (vormals Arvato Mobile), Amazon Digital Services, Jouve, Google Books, Bookwire und itslearning.

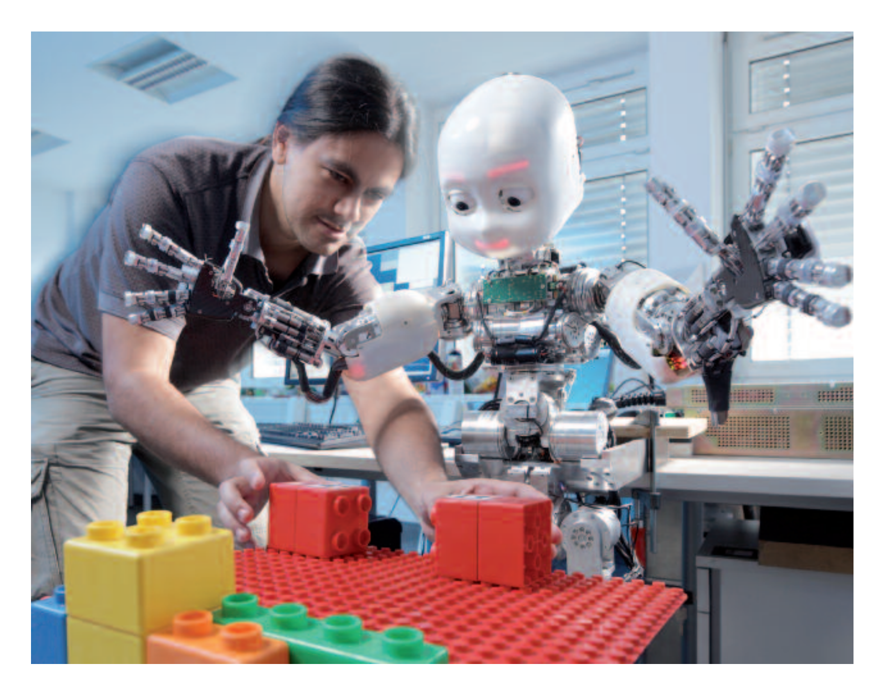
BVPA-Stand · Foto: PIAG



Deutscher Preis für Wissenschaftsfotografie 2011

Der in Erlangen lebende Fotograf Kurt Fuchs wurde mit dem ersten Preis in der Kategorie „Einzelfoto“ ausgezeichnet und erhält dafür ein Preisgeld in Höhe von 7.000 Euro. Sein Bild zeigt den mit Legosteinen spielenden Roboter Robby.

Unter Federführung der Technischen Universität München wird diese technische Entwicklung nun auf die Brauchbarkeit und Verwendbarkeit in Alltagssituationen getestet.





Der zweite Preis in der Kategorie „Einzelfoto“ ging an den Biologen Florian Gloza-Rausch für seine außergewöhnliche Aufnahme einer Fledermaus im Flug, die er mit einer geschälten Banane anlockte. Florian Gloza-Rausch wurde mit 4.000 Euro prämiert.

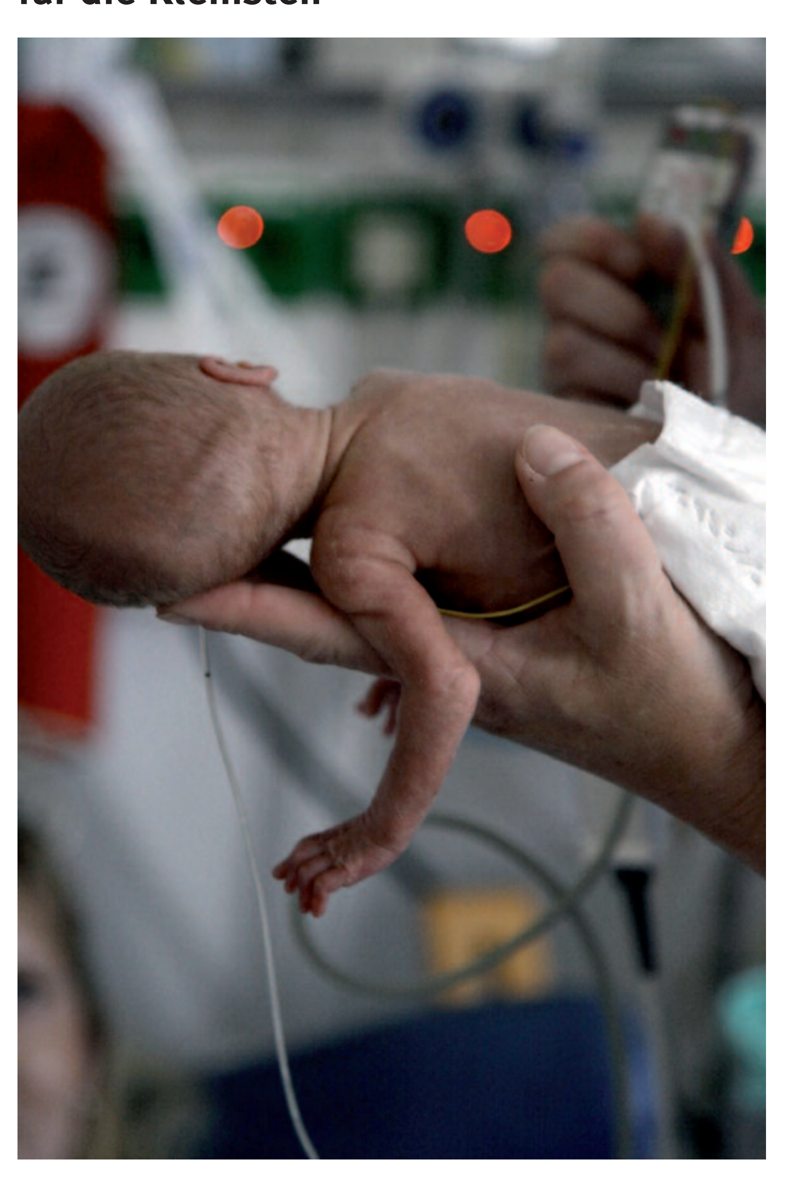
Der deutsche „Preis für Wissenschaftsfotografie 2011“ wurde zum sechsten Mal von der Zeitschrift ‚bild der wissenschaft‘ und dem Düsseldorfer Pressebüro Brendel ausgeschrieben. 127 Einsendungen wurden eingereicht. Unterstützt wird die gesamte Durchführung dieses Wettbewerbs von der Fraunhofer Gesellschaft, der Universität Bremen, der Firma BMW sowie von Journalisten-Onlineservice supressredaktion.de.

Die Preisverleihung findet am 3. Dezember 2011 im Haus der Wissenschaft in Bremen statt, wo auch die Bilder ausgestellt werden.

Deutscher Preis für Wissenschaftsfotografie 2011

Wärme – Lebenshilfe für die Kleinsten

1. Preis Fotoreportage beim Deutschen Preis für Wissenschaftsfotografie 2011



Auf das Thema „Wärme“ kam Zorana Musikic während ihres Studiums. Sie fragte sich, was Wärme für Menschen bedeutet. Eine ganz besondere Rolle spielt sie für frühgeborene Babys. Die Welt von Kindern, die zwischen der 22. und 37. Schwangerschaftswoche geboren wurden, ist zunächst ein Inkubator – ein Plexiglaskasten, in dem die Winzlinge bestrahlt, befeuchtet und gewärmt werden. Der kleine Mensch auf dem Foto hat in der 27. Woche das Licht der Welt erblickt. Da Zorana Musikic innigen Kontakt zu der Familie pflegte, entwickelte sich genug Vertrauen, um diese Fotoreportage zu ermöglichen.

Zorana Musikic fotografierte zunächst vor allem, um Vorlagen und Inspirationsquellen für ihre Leidenschaft, die Malerei, zu bekommen. Dabei stellte Musikic (Jahrgang 1976) fest, dass für sie die Fotografie die angemessenere Kunstform war, um Geschichten zu erzählen. Zunächst machte sie ihren Magister in Literatur, Philosophie und





Kunst und begann dann 2009, Fotografie in Berlin zu studieren. Die Filmemacherin mit eigener kleiner Produktionsfirma freut sich darüber, dass sie den renommierten Deutschen Preis für Wissenschaftsfotografie schon während ihrer Ausbildung erhält. Am liebsten lichtet sie Menschen in besonderen persönlichen Situationen ab. Nähe ist dabei sehr wichtig, wie die ausgezeichnete Fotoreportage belegt: „Durch die menschliche Nähe zu der Familie hatte ich das Glück, Bilder des Sohnes im Inkubator machen zu dürfen.“ In ihrer Abschlussarbeit, die Musikic zurzeit erstellt, beschäftigt sie sich mit den persönlichen Beziehungen von obdachlosen Menschen.





Aus dem Fundus der noch im Ausbau befindlichen Präsentation „Fotoreportagen“ unter www.piag.de



Mit dem Bus zum Startplatz

Mit dem Bodensee-Zeppelin unterwegs

von Werner Runge

Die Blütezeit der weltweiten Fahrten mit den legendären Luftschiffen ist vorüber und bereits Geschichte. Nach der Brandkatastrophe, der das größte jemals hergestellte Luftschiff der Welt im Mai 1937 in Lakehurst zum Opfer fiel, ging diese Ära zu Ende.

Die „Hindenburg“ verbrannte aus nie geklärter Ursache beim Landeanflug. Von den 96 Passagieren und Besatzungsmitgliedern fanden 36 den Tod. Der Luftriese war 245 Meter lang und hatte von März 1936 bis zu seiner Zerstörung im Mai 1937 bei 63 Fahrten 337.000 km unfallfrei zurückgelegt. Passagier- und Postfahrten nach Recife und Rio de Janeiro mit festen Abfahrtszeiten waren sehr beliebt und bis in das Jahr 1937 auch laufend ausgebucht.
Dieses erste Unglück der Luftfahrt bedeutete das Aus der kommerziellen Personenbeförderung von mit Wasserstoffgas getragenen Luftschiffen.

Zwei Personen können gleichzeitig einsteigen



Heute ist die reißfeste Hülle mit unbrennbarem Heliumgas gefüllt. Motoren mit schwenkbaren Propellern ermöglichen ein punktgenaues Landen und Starten und benötigen für den Landevorgang nur 3 Personen als Bodenpersonal.



Käpitän und Stewardess

Mit dem neuen „Zeppelin NT“ wurden bereits über 100.000 Passagiere von Friedrichshafen aus befördert. Ein Dutzend Routen mit Reisezeiten zwischen 30 Minuten und 2 Stunden werden von der Reederei angeboten. Die Preise liegen zwischen 200 Euro und 745 Euro. Neben dem Kapitän und einer Stewardess



Städte, Dörfer und Landschaften



Für Fotografen und Videofilmer bieten sich tolle Perspektiven

können 12 Passagiere an jeder Reise teilnehmen. In bequemen Sesseln und mit großzügigen Fenstern bietet sich jedem Zeppelinreisenden ein gigantisches Bild beim ruckelfreien Schweben durch die Lüfte. Beliebig kann man sich bewegen, aus dem geöffneten Fenster fotografieren oder sich von der Stewardess verwöhnen lassen. Das Luftschiff fährt mit einer maximalen Geschwindigkeit von 125 km/h über die schönsten Landschaften und Städte der Bodensee-Region in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Diese Erlebnisreisen der ganz besonderen Art lassen sich nur bei gutem Wetter durchführen. Die Routen führen über den Rheinfall von Schaffhausen, Konstanz, die Insel Reichenau, die Pfahlbauten in Unteruhldingen bis nach Lindau und Bregenz und können individuell ausgewählt werden. Ausgangspunkt und Endpunkt ist jeweils immer Friedrichshafen, die Stadt der Zeppeline und der Luftfahrttechnik.



Pfahlbauten Unteruhldingen

Graf von Zeppelin startete bereits im Jahre 1900 den ersten Flug mit einem 128 Meter langen Luftfahrzeug und wurde der Namensgeber dieses Fortbewegungsmittels in der Luft.

Große Fenster auch zum Aufklappen

Die Zeit der weltweiten Zeppelinflüge ist vorbei. Heute ist ein Flug nur noch in Friedrichshafen möglich. Dafür werden zunehmend Gutscheine für Rundflüge verschenkt – zu allen möglichen Anlässen wie Jubiläen, Hochzeiten und Betriebsveranstaltungen.

Ein einmaliges Erlebnis, das nicht mit einem Ballon- oder Motorflug verglichen werden kann.

Technische Daten:			*Zeppelin NT*
Länge:	*75 Meter*	*Kabine:*	*26 m²*
Breite:	*19,5 Meter*	*Geschwindigkeit:*	*125 km/h*
Höhe:	*17,4 Meter*	*Reichweite:*	*900 km*
Sitzplätze:	*2 + 12*	*Flughöhe:*	*2600 Meter*

Bildreportagen

Fotoserien

Videos

Fotografen, die Reportagen, Fotoserien und Videos herstellen, arbeiten nach den Regeln von Filmproduzenten: Totale, halbnahe Einstellung und Großaufnahmen. Ausschnitte und Bilder rund um das jeweilige Thema werden ergänzend belichtet.

Bildjournalisten und HD-Videofunktions-Kameratechnik – diese Kombination macht die gefragten Videografen der Zukunft.

Vom Inhaber einer international tätigen Fotoagentur ist zu hören, dass im letzten Jahr mehr Bildserien als je zuvor verkauft wurden. Trotzdem scheint der Bildreportage-Markt als Auslaufmodell zu gelten ...

www.piag.de sind die Anlaufstelle für Informationen für den Ein- und Verkauf von Fotorechten. Monatlich werden über 100 neue Meldungen im Internet veröffentlicht. Das Online-Verzeichnis der Agenturen wird ständig ergänzt und erweitert. Ein „Linkpool" führt zu spezialisierten Agenturen mit 40 der am häufigsten gesuchten Themen. Dieser Service wird zurzeit in sechs Sprachen angeboten und zeichnet sich durch Konzentration auf spezielle Themen sowie durch Schnelligkeit aus.

Der Informationsmarkt wandelt sich vom Printheft zum schnellen und umfassenden Internetangebot. **www.piag.de** mit seinen Datenbanken hat sich der rasanten Entwicklung angepasst.

N E U ist die Vorstellung von Bildreportagen, Fotoserien und Videos.

Der Ablauf ist einfach. Agenturen oder Bildjournalisten liefern 10–15 Fotos einer Reportage mit entsprechendem Text. Diese Bilder werden im Internet – gewissermaßen als Visitenkarte – mit Namen und Anschrift veröffentlicht. Weitere bereits vorliegende Fotoserien werden mit einer Kurzbeschreibung direkt auf dieser Seite vermerkt. Alle Themen werden registriert und in ein Themenregister übernommen. Soweit Videoaufzeichnungen vorliegen, gibt es einen entsprechenden zusätzlichen Vermerk. **Alle Bild-Bestellungen gehen direkt zum Rechteinhaber.** Eine Telefonumfrage bei Redaktionen und Verlagen ergab, dass für diese Art der Reportage-Suche sowie der Suche nach guten Videos großes Interesse besteht. Zudem werden erfahrungsgemäß innerhalb von Bildserien häufig auch die besten Einzelfotos gefunden.

Ein Austausch der gezeigten Fotoserien ist möglich; wie die Ergänzung vorhandener neuer Bildreportagen.

Die bis jetzt vorgesehenen Kategorien sind:

Aktuell / Architektur / Beauty + Fashion / Business / Celebrities / Essen + Trinken / Gesundheit / Homestories / Katastrophen / Kultur + Lebensart / Länder / Landschaften / Luftverkehr / Medizin / Natur + Umwelt / Politik / Reisethemen / Royals / Soziales / Sport / Städte / Straßenverkehr / Tiere / Ungewöhnliches / Weltkulturerbe UNESCO / Video / Wirtschaft / Wissenschaft



Der Historiker mit der Kamera

Interview mit Daniel Biskup

von Dieter Franzen

Daniel Biskup – Jahrgang 62, geboren in Bonn – ist ein weit über die Grenzen Deutschlands hinaus bekannter Fotograf der allerersten Kategorie. Biskup, der mit Schlagzeilen wie „Das Auge der BILD" und der „Historiker mit der Kamera" bedacht wird, fotografierte in seiner Laufbahn Persönlichkeiten wie Bill Gates, den Dalai Lama, die deutschen Bundeskanzler von Helmut Schmidt über Helmut Kohl, Gerhard Schröder bis hin zu Angela Merkel. Michael Gorbatschow, Silvio Berlusconi, Claudia Schiffer, Liya Kebede, Thomas Gottschalk, Stefan Raab, Dieter Bohlen, Karl Lagerfeld, Josef Ackermann, Leni Riefenstahl, Klaus Maria Brandauer, Götz George, Giovanni di Lorenzo und Maria Riesch standen vor dem Objektiv seiner Kamera, ebenso Papst Benedikt XVI. Es ist schier unmöglich, die Namen aller Prominenten aufzuzählen, die er kennengelernt hat. Die meisten davon haben ihn persönlich darum gebeten, sie zu fotografieren.

Im Interview mit VISUELL aktuell schildert der Fotograf seine erstaunliche Karriere.

Herr Biskup, wann entdeckten Sie Ihre Liebe zum Fotografieren?

Mit 14 Jahren machte ich mit der Kamera des Vaters, einer Praktika TTL, die ersten Bilder von Freunden. Ich fand das Fotografieren sehr interessant. Als der Vater eines Freundes mir sogar 50 DM für eine Aufnahme seines Sohnes gab und dann sagte, dass er noch nie ein so gutes Foto von ihm gesehen habe, war das ein weiterer Ansporn für mich, das Fotografieren zu intensivieren.



Mario Adorf am Strand von St. Tropez



Thomas Gottschalk in Washington

Wie verlief Ihre fotografische Ausbildung?

Als bildungsmäßiger Spätzünder machte ich zunächst eine Ausbildung als Postjungbote. Dass diese Tätigkeit mich nicht ausfüllen konnte war programmiert. Ich wechselte daher nach der Lehre bei der Post den Wohnsitz, um am Bayernkolleg in Augsburg das Abitur zu machen. Danach studierte ich Geschichte, Politikwissenschaften und Volkskunde. Ich habe also nichts studiert, was mit Fotografie zu tun hat und somit bin ich ein fotografischer Autodidakt. Aber ich habe viel gelernt aus guten Bildstrecken in Zeitschriften und aus Bildbänden bekannter Fotografen.

Wie verlief Ihre fotografische Laufbahn?

Bereits während der Ausbildung bei der Post fotografierte ich für eine Gewerkschaftszeitung und für eine Schülerzeitschrift. Während der Zeit am Bayernkolleg (seit 1981) fotografierte ich nebenbei schon für die Augsburger Allgemeine und setzte dies auch während des Studiums bis 1990 fort.

Während des Studiums und auch während der Zeit meines Zivildienstes fotografierte ich für den Bayernteil der „Süddeutschen" und den damaligen Länderspiegel der „ZEIT". Ab etwa 1987 entwickelte sich langsam ein größeres Interesse für Osteuropa. 1987 feierte Berlin 750 jähriges Jubiläum. In dem Zusammenhang fotografierte ich in West- und Ostberlin für meine erste Reportage. Von da an legte ich den Schwerpunkt auf Osteuropa.

Die große Demonstration am Berliner Alexanderplatz am 4. November 1989 und die Maueröffnung am 9. November waren die Ereignisse, die dazu führten, dass ich den politischen Umbruch als mein Thema erkannte. Ich bot die Bilder, die damals entstanden, verschiedenen Zeitungen an und sie erschienen zum Beispiel im „Spiegel" und der „ZEIT". Das war für mich die Motivation, diese Themen weiter zu verfolgen. Um dies zu finanzieren, nahm ich aber auch weiterhin andere Termine wahr.

Ich kannte Helmut Kohl seit der Wende, jedoch nur so wie jeder andere Journalist und nicht persönlich.



Schönes Lager-Mädchen aus dem Kosovo

Am Tag, als Helmut Kohl sagte: „Ja ich habe die Spenden angenommen", rief Kai Diekmann an, seinerzeit Chef der „Welt am Sonntag", und sagte, Helmut Kohl will uns ein Interview geben und du hast morgen um 10.00 Uhr mit ihm einen Termin. Ich wurde Helmut Kohl vorgestellt mit dem Satz, das ist der Fotograf, den Kai Diekmann empfiehlt.
Für mich wurde dieser Satz zu einer Art „Türöffner", denn ohne zahlreiche Empfehlungen wäre das, was ich bisher erreicht habe, nicht erreichbar gewesen. Aus Bildern, die andere gut fanden, resultierten die Empfehlungen, die mir die Türen öffneten.

Es gibt ja kaum jemanden von Rang und Namen, der nicht von Ihnen portraitiert wurde. Welche fotografischen Schwerpunkte setzen Sie sonst noch?
Nachdem ich in den 90-er Jahren den Umbruch in Osteuropa fotografiert hatte, den Putsch in Russland und den Krieg in Jugoslawien, sind meine aktuellen Themen Alltags-Bilder aus St. Petersburg, Moskau, New York. Aber im Mittelpunkt stehen die Porträts für unterschiedliche Zeitungen. Alle meine Arbeiten entstanden vor dem Hintergrund des Interesses an Menschen, geschichtlicher Zusammenhänge und politischer Ereignisse.

Welche Preise und Auszeichnungen haben Sie bisher bekommen?
Ich habe mich nie für Wettbewerbe interessiert, für mich waren immer eigene Ausstellungen und Bücher wichtiger.

Wo wurden bis jetzt Ihre Bilder und Bildbände ausgestellt?
Zum Beispiel im Russischen Museum in St. Petersburg, in weiteren russischen Städten von Tomsk bis Ufa. In Berlin zum Beispiel in der Galerie des Café Einstein die Porträt-Austellung „Private Bilder", eröffnet von Helmut Kohl, und zuletzt im Deutschen Historischen Museum die Schau „Überleben" zum Thema Umbruch in Osteuropa, eröffnet von Angela Merkel.

Wie sehen Sie die Zukunft der Bildjournalisten?
Die Inflation am Bildermarkt macht es den Fotografen nicht leicht. Die Digitalfotografie führt dazu, dass es zu einer nicht endenden Flut von Bildern kommt. Vor 10 Jahren gab es von allen Bundesligaspielen an einem Wochenende vielleicht ein paar hundert Bilder, heute sind es tausende. Beim Bildportal Flickr laufen pro Minute tausende Bilder ein.
Diese Situation drückt natürlich die Preise und es ist für einen nicht etablierten Fotografen daher sehr schwer, seinen Lebensunterhalt mit der Fotografie zu bestreiten.

Könnten Sie noch einmal in einem Satz zusammenfassen, worauf sich Ihrer Meinung nach Ihr bemerkenswerter Erfolg begründet?
Auf das Glück, zur richtigen Zeit am richtigen Ort gewesen zu sein und vielleicht auf ein gewisses Gespür für Situationen und Stimmungen. Aber auch darauf, dass ich Menschen kennengelernt habe, die mir die Türen geöffnet haben, die mir ansonsten verschlossen geblieben wären.

Diamond Matters · © Kadir van Lohuizen /NOOR



7. INTERNATIONALES ANGKOR PHOTO FESTIVAL

von Ulla Baum

Siem Reap, Hauptstadt der gleichnamigen Provinz in Kambodscha und im Schatten der Tempel von Angkor gelegen, wartet mit dem größten Fotofestival in Südostasien auf. Das Angkor Photo Festival ist das erste in dieser Weltregion, wurde 2005 ins Leben gerufen und findet nun vom 19. bis 26. November 2011 zum siebten Mal statt. Das Festival steht unter keinem besonderen Thema, sondern dient allein dazu, Künstler aus der ganzen Welt zusammenzubringen, zu entdecken – oder wiederzuentdecken. Vor allem jedoch bietet es eine Plattform für asiatische Nachwuchsfotografen. Und so sind von den 110 ausstellenden Fotografen 60 aus Asien.

Wie in jedem Jahr werden 30 junge asiatische Fotografen ausgesucht, die in den Angkor Foto-Workshops unter Anleitung bekannter und erfahrener internationaler Fotografen ihre Fähigkeiten trainieren und ausbauen können. Die Arbeiten, die dabei entstehen, werden traditionell in einer Slideshow am Abend des letzten Festivaltages präsentiert.

Das diesjährige Programm, kuratiert von Françoise Callier, beinhaltet neben zahlreichen Workshops – darunter auch ein Foto-Workshop für Kinder des Anjali Centers, eines Zufluchtsorts für Straßenkinder in Siem Reap – zwölf Outdoor- und Indoor-Ausstellungen und sieben Slideshow-Abendveranstaltungen – darunter zwei als ‚Carte Blanche' deklarierte Abende – gestaltet von Wang Xi, Kurator aus China, sowie Sylvie Grumbach, Direktorin der internationalen Presse-

Asian Street Photography · © Yan Ming – China

Rebel to die – Libya · © Philip Poupin /Cosmos



Stateless Rohingya… Running on empty · © Suthep Kritsanavarin

agentur 2e Bureau, Frankreich, und Jean-Yves Navel, Gründungsmitglied und Direktor des Angkor Photo Festivals, ebenfalls aus Frankreich.
Ein weiterer Höhepunkt des Festivals ist die Verleihung des ‚Reminders Project Asian Photographers Grant'. Eine Auszeichnung, die eigens dazu geschaffen wurde, Fotografen aus Asien bei ihrer Arbeit in diesem Kontinent zu unterstützen und zu fördern. Eine Jury aus fünf Mitgliedern, darunter Irk Claus,

The possessed of Hazrat Mira Datar – India · © Tewfic El-Sawy





Exodes · © Sebastiao Salgado /Amazonas Images

Bildredakteur Asien beim Magazin *stern*, wird das Siegerprojekt auswählen, das mit 3.000 US-Dollar dotiert ist und dazu dient, noch unbekannte Gesichter und Seiten Asiens zu entdecken und in einer Reportage zu dokumentieren.
Alle Veranstaltungen sind kostenlos.
Das Angkor Photo Festival bietet ein buntes Programm für Jung und Alt und ist allemal einen Besuch wert – genauso wie Kambodscha mit seinen zahlreichen Sehenswürdigkeiten.

living4media – eine neue Agentur

Mit dem Label living4media startete im April 2011 eine neue Bildagentur, die sich auf den boomenden Bereich „Wohnen und Leben“ spezialisiert hat. Unter www.living4media.de bietet das Unternehmen ausgewählte Arbeiten international renommierter Interior-Fotografen und wird über den gesamten Globus verstreute Bildquellen zu diesem Thema unter einem Dach vereinen.

Angeboten werden lizenzpflichtige und lizenzfreie Einzelbilder sowie hochwertige Features mit bis zu 50 Einzelbildern.

Themen sind:

- Wohnen – Interior, Einrichten, Design, Stile, Epochen, Möbel, Farben
- Deko – Ideen für Innen & Außen, Blumen, Anlässe, Stoffe, Materialien
- Selbermachen – Renovieren, Restaurieren, Umziehen, Handwerken, Handarbeiten
- Garten – Gartenarchitektur, Gartenmöbel, Terrasse, Balkon, Beete, Blumen, Pflanzen
- Lebensart – Wellness, Beauty, Impressionen

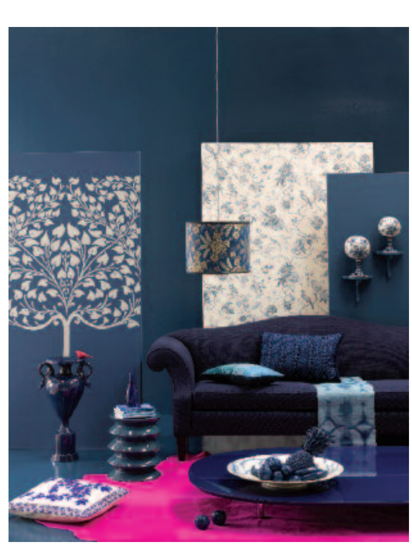
Leitung:

StockFood, einer der größten unter den Food-Bildagenturen mit Stammsitz in München, hat hiermit ihre Home & Living-Sparte in einen eigenständigen Unternehmensbereich ausgegliedert. Die neue Agentur wird von Martin Skul-



tety als eigenständige Unit im StockFood-Verbund geleitet.
living4media sieht in seinem B2B-Angebot eine Bereicherung für die Bildagenturlandschaft: „Bislang fehlte ein starker und unabhängiger Anbieter zu diesem Themengebiet. living4media füllt nun diese Lücke im Bildangebot von Profis für Profis“, meint Martin Skultety.
StockFood-CEO Pete A. Eising fügt hinzu: „In über dreißig Jahren hat StockFood bewiesen, wie man mit klarem thematischen Fokus die Nummer Eins auf dem Gebiet der Food-Bildagenturen weltweit wird. Mit living4media streben wir das Pendant im Bereich Wohnen und Leben an.“

www.living4media.com
living4media Deutschland, Tel. +49 (89) 747 2020



Mehr Aufmerksamkeit durch bewegte Bilder

Ein umfassendes Videoangebot ist mittlerweile fester Bestandteil des Portfolios von Medienagenturen. Kunden möchten ihre Online-Aktivitäten neben aussagekräftigen Bildern auch durch interessante Storys mit Unterhaltungsfaktor attraktiver machen. Durch die enorm wachsende Nutzung von Smartphones sind Videos zu jeder Zeit mobil verfügbar, was die Bedeutung und die Reichweite von Bewegtbildern vervielfacht.

20.000 redaktionelle, kreative und historische Clips von international renommierten Partneragenturen sind bei der www.picture-alliance.com für Webseiten, Werbekampagnen, Filmproduktionen oder Firmenpräsentationen abrufbar. Im redaktionellen Bereich spielen beispielsweise Entertainment-Videos eine große Rolle. Sie zeigen Promis bei Filmpremieren, Fashionshows und Preisverleihungen und sind als Mischung von Information und Unterhaltung bestens geeignet, um Veranstaltungen lebhaft und abwechslungsreich zu dokumentieren. Eine Besonderheit sind die historischen Clips des picture alliance-Partners Everett Collection aus den 1930er bis 1970er Jahren. Zu den Highlights der New Yorker Agentur zählen sicherlich die typischen Cartoons aus den frühen Tagen der bewegten Bilder. Daneben gibt es Videos von bedeutenden Ereignissen, Landschafts- und Tieraufnahmen sowie Städteporträts. Diese Clips zeichen sich durch ihre Einmaligkeit aus und sind aufgrund ihrer Charakteristik im wahrsten Sinne des Wortes Archivschätze.



Für Pop-Diva Beyonce läuft z. Z. alles nach Plan · Foto: pa

Andrea Depenbusch ist als Produktmanagerin Motion bei der Agentur für alle Clip-Anfragen und den Ausbau des Video-Angebots zuständig. Sie koordiniert ebenfalls Auftragsproduktionen in diesem Bereich, die z.B. für Unternehmen interessant sind, die ihre Marke und ihre Produkte wirkungsvoll in Szene setzen möchten.



Ein Arbeitsleben für den BVPA

„Ich kann es eigentlich kaum glauben und irgendwie klingt es ziemlich antiquiert, wenn ich jemandem erzähle, dass ich seit 25 Jahren beim BVPA arbeite“, meinte Marion Gorcke, als bei unserem Gespräch beiläufig die Rede auf ihre langjährige und gute Arbeit bei dem Berufsverband kam.



Die ausgebildete Verlagskauffrau kam vom Axel Springer Verlag zum Bundesverband der Pressebild–Agenturen und Bildarchive e.V., (der Verband war zum 1. August 1986 von München nach Berlin umgezogen).

Eine sehr interessante Retrospektive von Marion Gorcke über diese lange Zeit der Zusammenarbeit finden Sie unter **www.piag.de**.

Weltbild greift die Konkurrenz mit einem neuen Gerät an

Der größte deutsche Buchhändler Weltbild bringt einen E-Book-Reader zu einem Kampfpreis von 60 Euro auf den Markt. Der Verlag verstärkt damit den Abwehrkampf gegen den Internetkonzern Amazon. Dieser Preis von 60 Euro ist eine deutliche Antwort auf die Offensive der Amerikaner. Damit unterbietet Weltbild – der Verlag tritt auch unter der Marke Hugendubel auf – die billigste Version des Kindle von Amazon um fast 40 Euro.

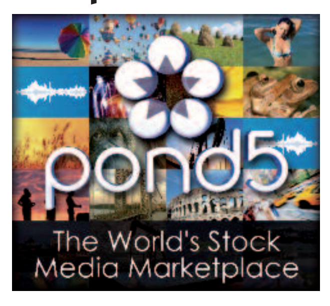
„11. FOTOHERBST im Schwarzwald“

Vom 7. bis 23. Oktober fand der 11. Schömberger Fotoherbst – Festival für Reise– und Reportagefotografie statt.
Diese speziell auf Bildreportagen und gute Fotoserien ausgerichtete Veranstaltung ist in den deutschsprachigen Ländern bis jetzt konkurrenzlos.
In den zwei Wochen der Veranstaltung wurde Reisefotografinnen und -fotografen ein Forum zur Präsentation ihrer Arbeiten geboten.
Der Luftkurort im mittleren Schwarzwald bot im Kurhaus der Gemeinde den größten Teil seiner Veranstaltungen und Vorträge. Der ganze Ort schien in diese Aktivitäten eingebunden zu sein. In den Schaufenstern vieler Ladengeschäfte wurden Bildreportagen gezeigt, und alle Besucher des Festivals hatten die Möglichkeit, an der Bewertung der Bilder mitzuwirken. Daneben gab es eine Jury, die die Preisträger auswählte.
Der Ausstellung war ein Wettbewerb für Reise- und Reportagefotografie vorausgegangen, an dem sowohl Profis als auch Amateure teilnehmen konnten. Neben klassischen Aufnahmen wurden auch mit Digitalverfahren hergestellte Bilder zugelassen.
Der von der Jury ermittelte Gewinner erhielt ein Preisgeld in Höhe von 2.500 Euro; der Publikumspreis war mit 1.000 Euro dotiert.
Bei der Bewertung waren die unterschiedlichen Meinungen von Jury und Publikum unschwer zu erkennen. Die Veranstaltung 2011 war ein voller Erfolg.

Wildlife Photographer of the Year 2011

Der von Veolia Environment, dem BBC Wildlife Magazine und dem Natural History Museum in London ausgeschriebene Wettbewerb ist der größte Naturfotowettbewerb der Welt.
Am 20. Oktober 2011 wurden die diesjährigen Gewinner bei einer feierlichen Preisverleihungszeremonie im Londoner Natural History Museum bekannt gegeben. Veolia Environment Wildlife Photographer of the Year ist der spanische Fotograf Daniel Beltrá mit seiner Aufnahme „Still life in oil“ – „Stilleben in Öl“. Dieses berührende Foto zeigt mit Rohöl verschmierte Pelikane, die nach der Explosion der Ölplattform Deepwater Horizon und der dadurch verursachten Ölpest im Golf von Mexiko von Tierschützern aufgefangen wurden.
Die Auszeichnung Veolia Environment Young Wildlife Photographer of the Year geht an Mateusz Piesiak aus Polen. Er gewann in der Kategorie der 11- bis 14-Jährigen mit seinem Foto von zwei Austernfischern auf der Suche nach Nahrung am Strand von Long Island.
Eine lobende Erwähnung erhielten die drei deutschen Fotografen Klaus Echle, Thomas P. Peschak und Sandra Bartocha.
Seit 21. Oktober 2011 bis 11. März 2012 werden die Siegerbilder im Natural History Museum ausgestellt. Anschließend touren sie in einer Wanderausstellung durch die Welt.
www.nhm.ac.uk/wildphoto

Ein neuer digitaler Marktplatz in Europa



Mit über 800.000 RF-Video-Clips ist Pond5 einer der weltweit größten Anbieter von Stock Footage und kündigte anlässlich der Frankfurter Buchmesse seine Expansion nach Europa an.
Das 5 Jahre junge Unternehmen bietet als digitaler Marktplatz neben den Video-Clips mehrere Millionen Microstockfotos und Illustrationen an, dazu über 150.000 Music Tracks/Sound Effects sowie After Effects-Projekte und demnächst 3D-Modelle.
Die Konditionen für Kontributoren und Artisten, die mit einem nicht-exklusiven Vertrag immer 50% erhalten und den Preis ihrer Werke selbst bestimmen können, sind sicherlich ein gutes Angebot.

Neben Contentdesignern, Verlagen und Medienunternehmen gehören nationale und internationale Firmen aus den Bereichen Postproduction, TV/Film/Broadcast, Werbung, Animation und Video Games zu den Kunden von Pond5.
Mit einer Royalty-Free-Lizenz versehen starten die Preise für Bilder und Illustrationen bei $1, für Soundeffekte bei $2 und für Stock Video sowie Music Tracks bei $5. Die bisher nur englischsprachige Website wird demnächst auch auf Deutsch und in weiteren Sprachen verfügbar sein. 2012 eröffnet Pond5 ein eigenes Büro in Deutschland.
International war Pond5 auf der Visual Connections-Messe und der PACA-Konferenz in New York vertreten, sowie dem FCPUG Boston SuperMeet, der Blog-World & New Media Expo in Los Angeles und der WFX in Dallas.
Die Agentur ist Gold-Sponsor des renommierten Cut&Paste Global Championship Design-Wettbewerbes, der von New York aus über Sao Paulo, Tokyo und Shanghai durch insgesamt 11 Weltmetropolen tourt und am 20. Januar 2012 auch in Berlin stattfindet.

www.pond5.com *Kontakt: Andy Goetze*

Auch „France-Soir" ohne Printausgabe und nur noch online

Das französische Traditionsblatt „France-Soir" stampft seine Printausgabe ein und wird als erste Zeitung des Landes nur noch als elektronische Version erscheinen. Das teilte die Verlagsleitung in Paris mit.
Das Blatt, das seit 2009 dem russischen Millionär Alexander Pugatschow gehört, hatte zu Spitzenzeiten in den 1950er Jahren eine Auflage von mehr als 1,5 Millionen Exemplaren. Heute kommt es trotz eines Relaunchs auf weniger als 70 000 verkaufte Zeitungen.
Auch die Mediengruppe „Le Monde" kündigt neue Aktivitäten im Verbund mit der US-Online-Zeitung „Huffington Post" an. Sie will noch vor Jahresende eine französische Ausgabe ins Internet stellen.

Premiere: WEB-Inhalte auf dem Prüfstand

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft veranstaltete erstmalig die Konferenz „Bewegtbild im Web". Sie war der offizielle Auftakt zum DMMA OnlineStar 2011 und fand am 27. Oktober 2011 in Berlin statt.
Der Verband will mit seinem Programm laut eigenen Angaben die Zukunft der Bewegtbildwerbung im Internet aufzeigen und verdeutlichen. Unter den Referenten und Diskussionsteilnehmern finden sich sowohl Vertreter aus der digitalen Wirtschaft als auch Kreative und Medienmacher.

www.bewegtbild-konferenz.de

Der Tagesspiegel – erste deutsche Zeitung im neuen Apple-Zeitungskiosk

Die Tagesspiegel-App ist die erste deutsche Zeitung im Apples „Newsstand", dem neuen Zeitungskiosk für iPhone, iPad und iPod touch.
Seitdem die App, die aus einem aktuellen Online-Teil und einem für Apple-Geräte optimierten ePaper besteht, im Juli 2011 im App-Store erschien, wurde sie bereits über 200.00 Mal heruntergeladen. Die Verfügbarkeit im neuen „Newsstand" hat die Downloadzahlen dabei noch beschleunigt. Das ist auch im App-Store deutlich zu erkennen: Dort hat das Tagesspiegel-Angebot über Tage das Ranking der beliebtesten Apps angeführt. In der Kategorie, „beliebteste Nachrichten-App" befindet sich der Tagesspiegel ebenfalls auf Platz Eins.
Ein Feature der neuen App ist dabei das automatische Laden der aktuellsten Tagesspiegel-Ausgabe auf das Endgerät, sobald eine entsprechende Verbindung besteht. Apple selbst findet diese Funktion sehr innovativ: „Das ist so ähnlich, wie wenn Ihnen die Zeitung an Ihre Tür geliefert wird", erklärte Apple zum Start. Mit diesem Update unterstützt die Tagesspiegel-App somit das neue Betriebssystem iOS5.

www.tagesspiegel.de

Photolinkpool.de auf immer breiterer Basis

Als der „Linkpool" zur konzentrierten und schnellen Bildsuche installiert wurde, war dies ein Experiment. Ausgangsbasis war die Überlegung, dass die meisten Bildnutzer/Bildsucher ihre Bilder vorwiegend unter ca. 40 Hauptgruppen suchen.

Große Bilddatenbanken bieten theoretisch fast alles, was man sucht. So sind auch die ganz großen Bildanbieter genauso wie kleine Spezial-Archive auf dieser neuen Plattform mit jeweils nur drei Spezialthemen vertreten. In der Konzentration auf nur drei Themen liegt der Erfolg von photolinkpool.de, der heute bereits in mehreren Sprachen angeboten wird.

Wer ein Thema eingibt, kommt sofort zu den betreffenden Links der Bildanbieter und kann hier besonders viele oder ganz ausgefallene Bilder zum gesuchten Thema finden. Der Weg zum echten Spezialisten ist damit hergestellt. Sie suchen im Archiv des jeweiligen Linkpool-Teilnehmers und stimmen die Konditionen selbst ab. Geht es noch einfacher?

Dies ist ein Service der PIAG für die vielen Bildsucher, die im Internet Material der Extraklasse suchen. Inzwischen gibt es die jeweiligen drei Suchthemen in den Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch, Italienisch und Russisch.



PS: Dieser Service ist kostenlos, einschließlich der von uns durchgeführten Werbeaktivitäten. Pro Jahr wird lediglich eine Verwaltungsgebühr von 50 Euro von den Teilnehmern erhoben.

Neuanmeldung:

Schicken Sie einfach Ihr Logo (.jpg/.gif/.png) in der Größe 110x110 px (oder größer) zusammen mit Ihrem Firmennamen, dem Link zu Ihrer Website sowie Ihre gewünschten drei Schwerpunktthemen an **office@piag.de**.

PLZ Anwälte

PLZ 1

Rechtsanwalt **Alexander Koch,** Autor von „Handbuch zum Fotorecht“, Kaiserdamm 85, 14057 Berlin, Telefon: 030 51059209, E-Mail: post@rakoch.de

PLZ 2

PÖTZL & KIRBERG Fachanwaltskanzlei für Urheber- und Medienrecht, Friedensallee 25, 22765 Hamburg, Telefon 040 / 399 247 30, Fax 040 399 247 28, E-Mail: info@puk-medienrechte.de, www.puk-medienrechte.de

PLZ 5

RA David Seiler, www.fotorecht.de, Damaschkeanger 186, 60488 Frankfurt am Main

PLZ Bildbeschaffung (Artbuyer, Bildredakteure)

PLZ 2

Bildredakteur für Magazine, Zeitungen, Entwicklungsprojekte, Urlaubs- und Schwangerschafts-vertretung bundesweit. Englisch und Französisch. Stephan Gabriel, Hamburg, Tel. 040 / 563706, E-Mail: photo@stephan-gabriel.de

Bildredaktion Hamburg. Freier Bildredakteur, Art Buyer und Fotograf übernimmt Aufträge bundesweit. Schnell. Professionell. Und mit dem Blick für wirklich gute Fotografie. Diplom-Kommunikationsdesigner Bob Heinemann, mail@bobheinemann.de, Tel. 0171 9338265, www.bildredaktion-hamburg.de

Internationale Recherchen für Bild (bei Bedarf inkl. Text). Wir recherchieren hartnäckig, verhandeln intensiv und garantieren eine klare Kommunikation. Schnell und gründlich. Claudia Gossmann, Hamburg, Tel. 040 43099753, Mobil 0151 12885956, E-Mail: cgossmann@weltbuero.eu, www.weltbuero.eu

PLZ 4

Picture Worx, international erfahrene Bildredakteurin bietet Bildredaktion, -beschaffung, -konzeptentwicklung, Fachseminare, Vorträge, www.picture-worx-koeln.de

PLZ 7

Red.Sign GbR, Anja Schlatterer, Alexanderstr. 171, 70180 Stuttgart, www.redsign.de, Bildredaktion, Grafik, Redaktion. Tel. 0711 620083-66, E-Mail: anja.schlatterer@redsign.de

PLZ 8

www.Freie-Bildredakteure.de . Wir vermitteln deutschlandweit Bildredakteure an Werbeagenturen, Verlage und Unternehmen. E-Mail: office@freie-bildredakteure.de, Tel. 08234 809840

PLZ Footage



ClipDealer, lizenzfreie Footage Clips in diversen Auflösungen zum Fixpreis und sofortigen Download. www.clipdealer.de

Stockfood GmbH – Lizenzfreie Footage Clips rund um das Thema Essen, Trinken, Lifestyle für Online-Projekte bis Kinoproduktionen. Stockfood GmbH, Tumblingerstr. 32, 80337 München. Tel.: 089 74720242, www.stockfood.com

PLZ Fotografen (Auftragsfotogr., Bildjournalist, Werbung)



www.schunk-fotografien.de – Eigene Fotografien zu verschiedenen Bildthemen zum Ansehen, Kennenlernen, Kontakten, usw. E-Mail: horst.schunk@t-online.de



www.LeoHimsl.com – Werbefotografie, Sportmode, Actionsports, Tourismus, Wellness, E-Mail: office@leohimsl.com, Tel.: 0043 (0) 7752 71 442



www.mathis-photographs.com – Sport- und Outdoorfotografie, Reportagefotografie, Landschaftsfotografie, Fine Art Prints, E-Mail: office@mathis-photographs.com, Tel.: 0043 (0) 5576 75083

PLZ Illustratoren

PLZ NL-1

www.illudirectstockillustrations.com – Derzeit 3.500 Bilder von internationalen Künstlern von höchster Qualität. Mit Links zu den verschiedenen Webseiten unserer Illustratoren, Spezialaufträge werden übernommen.
E-Mail: info@illudirect.com, Tel.: 0031 – 654 725222, Casparuslaan 505, 1382 KR Weesp, NL.

VISUELL aktuell können Sie mit einem Aufpreis von € 1,85 pro Heft auch zukünftig als Printausgabe erhalten.

Mit dem „P5 HTML5 Publisher“

Das Gestalten und Vermarkten von digitalen Publikationen ist bei vielen Verlagen ein wichtiges Thema. Noch immer suchen Verleger nach dem Heiligen Gral, der ihre Publikationen für die boomenden Tablett-Geräte zu moderaten Kosten in eine attraktive Form verpackt und zugleich einen Erfolg versprechenden Ansatz für die Vermarktung bietet. Data Becker ist nun vorgeprescht und kündigt einen öffentlichen Beta-Test für die hauseigene Publishing-Software „P5 HTML5 Publisher“ an.

Nach dem Motto „von Verlag für Verlag“ können interessierte Verlagshäuser die Windows-Software ab sofort kostenlos herunterladen und gemeinsam mit dem Hersteller im Rahmen des auf mehrere Monate festgelegten Testzeitraumes weiterentwickeln.

Verlage wandeln mit dem „P5 HTML5 Publisher“ unter anderem ihre im PDF-Format vorliegenden Publikationen unkompliziert in multimediale „Web-Apps“ um. Die aktuell verfügbare Beta-Version erzeugt automatisch auflösungsunabhängige und blätterbare (Pageflip) oder per Fingerwisch-Geste (Swipe) bedienbare Magazine, legt Seitennavigationen an und enthält einen intuitiv bedienbaren Editor mit zahlreichen Werkzeugen zum Bearbeiten, Einfügen und Gestalten von Inhalten. Eingebundene Texte lassen sich wunschgemäß formatieren und mit Bildern, Galerien, Slideshows und Videos multimedial anreichern. Der Gestalter einer Web-App kann sein Resultat einem definierten Kreis von Editoren zur Korrektur freigeben. Mithilfe der integrierten Kommentarfunktion hinterlassen die Editoren Anmerkungen, die der Gestalter anschließend umsetzen kann.

Darüber hinaus sind bereits Shop, Paywall, Kundenmanagement, Login- und Bezahlmechanismus sowie ein Administrationsbereich für die Einrichtung, Pflege und Verwaltung von Publikationen, Inhalten, Kundendaten und Bestellungen integriert.

Die am Beta-Test teilnehmenden Verlage können die Software in der jeweils aktuellsten Fassung unter Praxisbedingungen verwenden.

www.p5-publisher.de

Impressum

Impressum

VISUELL aktuell

Informationen für Bildkäufer, Agenturen und Fotoproduzenten

Herausgeber: Dieter Brinzer

Adresse: Presse Informations Aktiengesellschaft (PIAG), Lothar-von-Kuebel-Straße 18, 76547 Sinzheim, www.piag.de

Ab 1. Dezember 2011 neue Anschrift: Rathausplatz 7, 76532 Baden-Baden

Tel.:+49 (0)7221 30175-60 | **Fax:**+49 (0)7221 30175-70

Redaktion: Dieter Franzen, Dieter Brinzer, Ulla Baum u. a.

Lektorat: Ulla Baum

Tel.:+49 (0)7221 30175-60 | **E-Mail:** redaktion@piag.de

Anzeigen:
Tel.: +49 (0)7221 30175-60 | **E-Mail:** anzeigen@piag.de

Anzeigenpreise siehe Mediadaten unter www.piag.de

Organisation:
Tel.: +49 (0)7221 30175-60 | **E-Mail:** office@piag.de

Abonnement: Thea Gutzeit
Tel.: +49 (0)7221 30175-60 | **E-Mail:** bestellung@piag.de

Erscheinungsweise:
VISUELL aktuell erscheint 2012 am 15. Januar, 15. April, 15. Juli, 15. Oktober als PDF.

Bezugskosten 2012: Deutschland / Europa als PDF € 25.00 / Print € 32,40 pro Jahr frei Haus
4 x pro Jahr zzgl. 52 x Newsletter von piag.de mit mtl. über 100 Meldungen in wöchentlichem Versand.

Verlängerung automatisch, soweit nicht 8 Wochen vor Ende des Bezugszeitraums gekündigt wurde.

Grafik: EGS Fischer, Baden-Baden | **E-Mail:** grafik@piag.de

Bank: Postbank Karlsruhe, BLZ 660 100 75, Kto.-Nr.: 27454-756

BIC/SWIFT-Code: PBNKDEFF660

IBAN: DE18660100750027454756

Kreditkarten: VISA, Eurocard/MasterCard

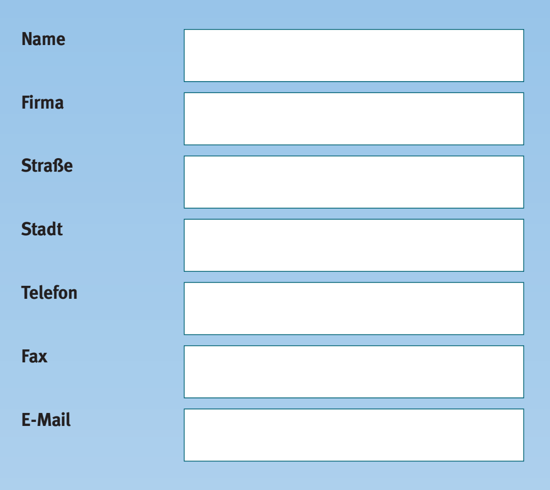
VISUELL aktuell



4_2011

Abo-Bestellung für 2012

Erscheinungstermine:
15. Januar, 15. April, 15. Juli, 15. Oktober.



Name

Firma

Straße

Stadt

Telefon

Fax

E-Mail

3_2011



2_2011

VISUELL aktuell für ein Jahr als PDF

sowie 52 x Newsletter von piag.de	25,– Euro
VISUELL aktuell als Druckversion	32,40 Euro

Verlängerung automatisch, soweit nicht 8 Wochen vor Ende des Bezugszeitraums gekündigt wurde.

Datum

Unterschrift



1_2011

Presse Informations AG, Lothar-von-Kübel-Str. 18, D-76547 Sinzheim
per E-Mail Bestellung@piag.de oder per Fax an +49 (0) 7221 30175-70,
ab 01.12.2011 neue Anschrift: Rathausplatz 7, 76532 Baden-Baden.

DAS MAGAZIN FÜR DEN PHOTOSHOP-PROFI

